



В.В. Орлова

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ВИЗУАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ В ИЗУЧЕНИИ ПРОБЛЕМ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА



Министерство образования и науки Российской Федерации
Томский государственный университет систем управления
и радиоэлектроники (ТУСУР)

В.В. Орлова

**ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ВИЗУАЛЬНОЙ
СОЦИОЛОГИИ В ИЗУЧЕНИИ ПРОБЛЕМ
МОЛОДЕЖИ ГОРОДА**

Учебно-методическое пособие

Томск
2015

УДК 001.891.5:615.071:316:37.06
ББК 60.5
О-664

Рецензенты:

Телегина Н.А. к.э.н., доцент

Захарова Л.Л. к.ф.н., доцент

Орлова В.В.

О-664 Практика применения методов визуальной социологии в изучении проблем молодежи города: учеб. –метод. пособие / В.В. Орлова. — Томск : Изд-во Томск. гос. ун-та систем управления и радиоэлектроники, 2015. — 90с.

В пособии обосновывается необходимость формирования у студентов представлений о возможностях визуальной социологии в изучении проблем молодежи. Тема «Практика применения методов визуальной социологии в изучении проблем молодежи города» входит в курс «Методы комплексного исследования и оценки положения молодежи в обществе» имеет основной задачей дать общее понятие визуальных данных, прояснить специфику основных подходов к визуальному анализу, отработать навыки систематизации визуальных данных и презентации результатов исследования. Студенты с помощью фиксации внешних признаков тех или иных явлений учатся тому, как распознавать глубинные тенденции жизнедеятельности молодежи в обществе.

Пособие предназначено для студентов и преподавателей специальности (направлению) 39.03.03 (040700) «Организация работы с молодежью», «Социология и социальная работа», для студентов и преподавателей иных гуманитарных дисциплин высших учебных заведений.

УДК 001.891.5:615.071:316:37.06
ББК 60.5

© Орлова В.В., 2015
© Томск. гос. ун-т систем управления
и радиоэлектроники, 2015

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 ВОЗМОЖНОСТИ ВИЗУАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ В ИЗУЧЕНИИ ПРОБЛЕМ МОЛОДЕЖИ	5
2 МЕНТАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ ГОРОДА: ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ	23
2.1 Город как объект социологического анализа	25
2.2.. Роль Чикагской школы социологии в городских исследованиях	29
2.3. Понимание образа города в социальных науках	31
2.4. Социальные обследования как предпосылки социальных исследований города	34
2.5. Методы городских исследований Чикагской школы социологии	35
2.6. Ментальные карты как инструмент измерения образа города	37
2.7. Метод социального картирования городского пространства	40
2.8. Анализ исследования ментальных карт города и потенциала молодёжи к его развитию	44
3 ГОРОДСКИЕ СООБЩЕСТВА: ОСНОВАНИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ, СОВРЕМЕННОЕ ПОНИМАНИЕ И ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ (НА ПРИМЕРЕ ГЛОБАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ, ДЕЙСТВУЮЩЕГО В ТОМСКЕ КАК ИНИЦИАТИВА ВСЕМИРНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФОРУМА)	61
3.1. Глобальное сообщество молодых людей Global Shapers Community, как инициатива Всемирного экономического форума	67
3.2. Основания возникновения, причины вхождения и значение для участников городского сообщества, действующего на территории Томска (интервью как метод исследования)	69
4 Задания для самостоятельной и практической работы	81
5 Приложение	85

ВВЕДЕНИЕ

Георг Зиммель:

«...общественная жизнь в большом городе в сравнении с маленькими городками создает преимущественную возможность для видения, чем для слышания других людей... Современная общественная жизнь все больше повышает значение зрительных впечатлений»

Визуальные данные в широком смысле «потенциально охватывают всякие предметы, людей, места, события или ситуации, которые может наблюдать человеческий глаз»¹. В общем смысле под «визуальными методами» принято понимать ситуацию включения в исследование визуальных средств и использования визуальных данных. К визуальным данным относятся фотографии, фильмы, видео- и телесюжеты, дисплеи, графика, рисунки, картины и т.д. В общественной жизни люди проявляют разнородную активность. Внешне поведение людей наблюдаемо, но о скрытом смысле поведения мы можем только догадываться. Поведение необычайно разнородно и выполняет различные функции в различных контекстах общественной жизни. Когда Флориан Знанецкий² предлагал классифицировать общественные функции, например, на образовательную, пропагандистскую, интеграционную, экономическую, художественную политическую и др., то он имел ввиду что-то похожее на наши «контексты», в которых играют различную роль.

«Визуальные исследования в социологии» тесно связаны и, взаимодействуют с другими социологическими и гуманитарными дисциплинами, культурологией, поэтому изучение опирается на весь комплекс социально-гуманитарных знаний студента. В социологических исследованиях выделяются письменные, изобразительные, звуковые и комплексные документы. В данном пособии обсуждаются возможности визуальной социологии в изучении проблем молодежи, представлена практика применения метода социального картирования городского пространства. Рисунок рассматривается как вид визуального документа, также анализируются основные особенности качественного и количественного метода анализа. Важнейшими методами, обеспечивающими раскрытие коммуникативных сторон визуального сообщения, его денотативных и коннотативных характеристик, являются опросные методы, прежде всего интервью, и дискурсивный анализ, результаты которого так же представлены. Кроме того, в пособии даны задания для самостоятельной и практической работы.

¹ Emmison Michael, Smith Philip. Researching the Visual. London: Sage. 2000

² Znaniecki Florian. Social Actions. New York: Farrar i Rinehart. 1936.

ВОЗМОЖНОСТИ ВИЗУАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ В ИЗУЧЕНИИ ПРОБЛЕМ МОЛОДЕЖИ

В современном мире особую роль приобретает визуальная информация, многократно тиражируемая и воспроизводимая во всех сферах жизнедеятельности общества. Используя визуальную информацию, социолог с помощью социологического воображения может проникнуть в суть явлений и процессов окружающего социального мира.

Sociological imagination - одна из основных методологических и методических концепций современной социологии. Понятие было введено Ч.Р.Миллсом³ для обозначения принципа социологической генерализации, то есть подведения конкретных фактов под обобщенную категорию или тенденцию, выход за пределы наивной и обыденной созерцательности и переход к аналитике социальной реальности. Социологическое воображение фактически является необходимым условием всякого социологического мышления как такового. Социология вне социологического воображения невозможна, это основа социологии как профессии.

Методы визуальной социологии впервые были применены английскими и американскими учеными. Их главное назначение заключалось в изучении культур «примитивных» народов с помощью кинофильмов и фотографий.

Возникновение визуальной социологии относится к XIX веку. В 1896–1916 гг. Американский социологический журнал публиковал работы с фотографиями, которые раскрывали некоторые социальные проблемы того времени. Конкретно в журнале было опубликовано 244 фотографии на 31 статью. Одними из первых исследователей визуальной социологии являлись Джакоб Рис, который использовал фотографии нью-йоркских трущоб для привлечения внимания общественности к проблеме бедности, и Левис Хайн, фотографировавший только что прибывших мигрантов и условия работы детей в шахтах. В 1974 году была выпущена статья

3 Миллс, Чарльз Райт. Социологическое воображение; Под общ. ред. Г.С.Батыгина; Пер. с англ. О.А.Оберемко. -М.:NOTA BENE,2001. -263с.

Х. Бекера «Фотография и социология» в журнале «Исследования в антропологии визуальной коммуникации», что послужило одной из отправных точек для возникновения новой методологической базы социологии.

Визуальная социология использует изображения и другие зрелищные объекты, чтобы анализировать общество и культуру. Как новое направление исследований она исходит из нескольких интеллектуальных импульсов, которые отражают возросшую озабоченность визуальным, а также эпистемологические искания постклассической науки.

Первый импульс связан с осмыслением визуальных репрезентаций культуры и имеет глубокие корни в западной интеллектуальной истории. Второй импульс развивается из практики совершенствования методики и техники социологического исследования. Лидерскую позицию в генерировании и освоении визуальных методов как способов эмпирической работы с новой техникой фиксации данных занимает американская социология, где институционализация практики визуальной социологии начинается примерно с того времени, когда в США произошло становление программы доктора философии в социологии. И наконец, третий импульс инспирирован культурным поворотом в социальной теории, который в том числе поддержал статус наблюдения повседневных действий людей в противовес социологической работе с абстрактными схемами общественного организма в целом.

Социологический интерес в интерпретации изображений, произведенных культурой, обосновывался, помимо прочего, растущим влиянием средств массовой информации на популярную культуру начиная с технических революций XX столетия. Присутствие средств массовой информации в повседневной жизни устойчиво возрастало хотя бы потому, что с каждым новшеством увеличивалось количество времени, которое тратилось людьми на потребление медиапродуктов.

Теоретические истоки визуальной социологии лежат в (пост) структурализме, семиотике, этнографии, антропологии, этнометодологии и в работах Р. Барта, М. Фуко, Т. Ван-Дейка, П. Бурдьё, Ж. Деррида и Бодрийера. Важной

базой визуальной социологии стала семиотика, поскольку изучение знакового аспекта и знаковой системы в семиотике происходит по трем направлениям, таким как синтактика (изучение внутренних свойств знаков относительно интерпретации), прагматика (исследование связи знаков с «адресатом», т.е. проблемы интерпретации знаков теми, кто их использует, их полезности и ценности для интерпретатора) и семантика (изучение отношения знаков к обозначаемому). Два последних аспекта семиотики становятся полем деятельности визуальной социологии, ее базовыми элементами и являются основой изучения социально релевантной визуальной информации.

В соответствии с семиотическим подходом в качестве объекта исследования выступает изображенная социальная реальность, а в качестве предмета — социальные смыслы возникающей знаковой системы. Основной семиотической концепцией, применяемой в визуальной социологии, является теория Ролана Барта об уровнях обозначения: первый уровень — иконический знак, обозначающий только сам предмет или объект; второй уровень — коннотативные значения, возникающие при вмешательстве человека в процесс подачи и представления объекта; третий уровень — мифологическое значение, которое приобретается в результате культурного осмысления и наделения знака идеологической нагрузкой.

Важной предпосылкой развития визуальной социологии является оформление теоретических концепций, которые Петр Штомпка, обосновывая сотрудничество фотографии и социологии, называет второй социологией. Он пишет по поводу теоретических истоков этого направления: «Какими чертами должна обладать социологическая теория, чтобы использование фотографии стало правомочным?.. Среди социологических теорий те, которые могут быть использованы визуальной социологией и одновременно сами использовать эвристически либо доказательно фотографические снимки, должны выполнять условия:

- a) принадлежать ко второй социологии, а значит, социологии действий;
- b) принадлежать к социологии повседневной жизни;
- c) размещаться в рамках микросоциологии.

Из социологических теорий три наиболее полно выполняют эти условия: феноменологическая социология Альфреда Шютца, этнометодология Гарольда Гарфинкеля и драматургическая социология Ирвинга Гофмана». Следовательно, визуальное «становится видимым» для социологов только по мере расширения эпистемологических рамок социальной теории в середине XX в.

С течением времени оформились некоторые профессиональные пристрастия. Визуальные социологи, заинтересованные улучшением визуальных методов исследования и расширением их использования в эмпирической социальной науке, — это Маркус Бэнкс, Ричард Чалфен, Джон Грэйди, Дуг Харпер, Люк Паульс, Джон Проссер, Джон Ригер и Джон Вагнер. Главным образом интерпретируют визуальные репрезентации и связаны с постмодернистской теорией в гуманитарных науках, литературе, искусстве и исследованиях культуры Элизабет Чаплин и Сара Пинк. Каждая группа имеет в значительной степени отличающиеся представления о том, где располагается предмет визуальной социологии: или в повторно подкрепленной социальной науке, или в новом виде исследований культуры, свободных от дисциплинарных границ. Важно подтвердить, однако, что оба эти конкурирующие видения визуальной социологии определяют образы как концепты или, по Говарду Беккеру, «наблюдая любое изображение, спрашивайте себя, на какой вопрос или вопросы оно могло бы отвечать?».

Широкое представление о визуальной социологии излагает американский исследователь Майкл Хилл. Он подчеркивает отношения между социологами и визуальными явлениями, определяя область как «исследование рефлексивных отношений между социальными структурами, с одной стороны, и восприятием, выбором, познанием и созданием визуальных образов — с другой». Хилл очерчивает несколько проблемных исследовательских ареалов, которые применимы и к изучению молодежных проблем: образ жизни молодежи, особенности социализации, субкультур, молодежных солидарностей, проявления экстремизма и др.).

Определение предмета. Каковы социальные факторы, которые влияют на видение? Что определяет способ видения

вещи и способ придания значения тому, что мы видим? Каков характер, роль и институциональная организация визуальной символики в социальном конструировании реальности? Какие идеи в понимании характера и организации общества могут быть отчетливо показаны через анализ изображений?

Социальные образы в средствах информации. Определенное внимание должно быть направлено на фотографии, телевидение и кинофильмы. Необходимо рассматривать содержание образов в развлекательных программах, информационных программах и рекламе. Важны для исследования контроль и управление образами в СМИ, осуществляемые корпорациями и социальными институтами в целом. Следует определить, визуальные образы в СМИ инициируют социальные изменения или просто отражают происходящие изменения.

Визуальные измерения социального взаимодействия. Внимание здесь может быть сосредоточено на невербальной коммуникации и создании имиджа тела. Какими способами одежда и мода проявляются как символы статуса и власти? Какие имиджи тела используются в художественной среде, а какие — в повседневных невербальных коммуникациях? Каким образом ландшафты предстают как средства передачи смысла в различных типах социального взаимодействия?

Социология визуального искусства. Другое направление связано с исследованием социального содержания искусства и как художественного мира, и как институциональной сферы. Кто приходит в художественные музеи и почему? В какой степени искусство является автономным от других институтов? Какова степень связи искусства с другими институтами? Каковы отличительные характеристики символического языка в визуальных искусствах? Какие социальные значения накладываются как культурный багаж на символы в визуальных искусствах?

Визуальные технологии и социальная организация. Каковы последствия главных событий в развитии визуальных технологий — фотографии, кинематографа, телевидения, цветной печати, копировальной техники, компьютерных программ и т. д. — для семьи, образования, политики, бизнеса и других сфер? Какую роль семейные фотографии игра-

ют в структурировании личной истории? В какой степени основные социальные институты управляют развитием и использованием визуальных технологий? Каковы наилучшие способы применения визуальных технологий в изучении общества, в образовании, в целом в создании «человека понимающего»?

Визуальная социология — это широкий континуум интересов и проектов, соотносящихся с разнообразными теоретическими основами, это множество программ исследования с разными вариантами ссылок на социологию как на дисциплину. Несмотря на эти различия, есть единое мнение по поводу трех основных суждений.

Во-первых, *образы являются конструкцией*. Это означает, что они неизменно созданы для репрезентации какого-либо значения, что их кто-то создал для некоторой цели в определенный исторический момент времени.

Таким образом, мало того, что изображения имеют историю и политику, они часто имеют опыт путешествия от одного контекста к другому с драматично различающимися значениями и оценками, которые приобретают на своем пути.

Во-вторых, *изображения содержат и символическую информацию, и документальную информацию о действиях*. Принимая во внимание, что все изображения произведены как действия человека для целей, которые не лежат на поверхности и неочевидны, их физическая природа тем не менее гарантирует, что представленное есть объективный продукт конкретного акта репрезентации. Все фотографии, например, представляют более или менее ясно, что некоторая часть реальности была взята в рамки камеры, они также идентифицируют точку преимущества камеры и, возможно, фотографа.

В то время как аналитики могут интересоваться или символической, или поведенческой информацией в изображении, акт, в соответствии с которым изображение создано, является неотъемлемо и символическим и поведенческим. Действительно, изображения часто смещают, добавляют, удаляют или увеличивают информацию в рамке, которую можно хвалить как искусство или сожалеть о ней как о дезинформации. Однако аберрации этого вида являются

доказательством того, что символическое связано с физическим основанием изображения.

Наконец, *изображения — часть коммуникативных стратегий*, они обычно используются, чтобы рассказать или сообщить какую-либо историю. В дополнение к информации, которую эти истории передают, изображения имеют риторическую функцию, неотделимую от их ценности в качестве данных.

Таким образом, изображения составляют богатые источники информации о различных аспектах социальной и культурной жизни молодежи и их использование предъясвляет комплекс методологических и интерпретативных вызовов исследователю.

К визуальным техникам сбора и анализа данных в социологии, и в том числе о социальной и культурной жизни молодежи, можно отнести исследование современных направлений в искусстве, анализ граффити, фотоинтервью, исследование билбордов и рекламы, исследование социокультурного пространства кино, контент-анализ веб-сайтов, контент-анализ текстовых источников (газеты, журналы), изучение культуры повседневности, анализ фото- и видеоархивов, анализ фотографий, метод анализа личных документов (по Ф. Знанецкому, анализ личных писем, дневников, мемуаров, документов с последующей реконструкцией социокультурного пространства события или времени).

На волне интереса к фотографированию в современном обществе пользователи Интернета (чаще это молодежь) выкладывают свои любительские фотографии, делятся советами и изучают искусство фотографирования.

Сюжеты многих фотографий можно использовать для иллюстрации быта, нравов, моды, повседневной жизни различных стран и народов. По словам Э. Фромма¹, типичным примером того, как происходит восстановление в памяти лица или пейзажа по принципу обладания, является манера большинства людей рассматривать фотографии. Фотография служит им лишь вспомогательным средством для опознания человека или места, вызывая, как правило, такую реакцию:

¹ Фромм Э. *Иметь или быть* / сост. П. С. Гуревич. М., 2000. С. 38.

«Да, это он» или «Да, мне случалось бывать здесь». Таким образом, для большинства людей фотография становится своего рода отчужденной памятью. Глобализация раздвинула границы и масштабы интересов современных людей. Фотографии становятся базой для социологической интерпретации, и принцип наглядности (как социологический метод) с успехом воплощается в фотографической фиксации изменений или статичных состояний социальной реальности под воздействием тех или иных эндогенных или экзогенных факторов. «Фотография появилась примерно в одно время с социологией, однако использование фотографий как источника социальной информации так и не стало популярным. Миллионы фотографий делаются каждый год и становятся достоянием семейных альбомов, но социологи не испытывают особого интереса к тому, что могло бы стать основной информационной базой исследования и продемонстрировать запечатленный образ индивида, группы, места действия».

Фотографии можно использовать:

- 1) для интерпретации коммерческих изображений;
- 2) как объект исследования тендерной проблематики;
- 3) для гуманистической интерпретации (мотивация автора, например);
- 4) для социологической интерпретации (социальные взаимодействия, структуры, типы личностных отношений);
- 5) для культурной интерпретации (нормы, вкусы, мода).

Существенными признаками визуальной социологии являются социокультурный контекст, социальная рефлексия, текстуальность, концептуальность, оценочность.

В изучении визуальной социологии можно выделить два основных базиса — это теория и практика данной научной дисциплины. В качестве теоретического (научного) аспекта интерес представляет рассмотрение реализации идеи визуальной социологии через Международную ассоциацию визуальной социологии. А практическое выражение — это включение визуальной социологии в социально-гуманитарный блок высших учебных заведений.

Нередко визуальную социологию отождествляют с визуальной антропологией, которая отображает быт, нравы, поведение людей. В Международной социологической ассоциации

(ISA) визуальная социология до 2008 г. не рассматривалась как самостоятельное научное направление, несмотря на то что бывший президент ассоциации П. Штомпка, которого избрали на этот пост в 2002 г. на XV всемирном социологическом конгрессе в Брисбейне (Австралия), написал учебник по этой дисциплине и является одним из первых идеологов данного научного направления¹.

На данный момент существует Международная ассоциация визуальной социологии (IVSA). Международная ассоциация (штаб-квартира находится в Нью-Йорке) создана в 1985 г. и является некоммерческой, демократической, академически ориентированной организацией, которая видит главную цель в изучении общества, культуры и социальных отношений с помощью визуальных методов подачи и обработки информации. Международная ассоциация проводит конференции каждый год: В 2009 г. прошла конференция в Великобритании, в 2010 г. — в Болонье, а в 2011 г. — в Ванкувере, штат Калифорния. Тематика конференций разнообразна, например на конференции в 2006 г. в Италии (г. Урбино) рассматривалось городское пространство.

Современный мир и мироощущение человека все более и более становятся знаковыми и наглядными — новые технологии открывают широкие возможности для визуализации процессов подачи информации. Сегодняшние школьники и студенты восприимчивы к материалам с «яркой картинкой», создаваемой посредством современной техники. Восприятие информации на слух отходит на второй план, уступая место модернизированным методам, и визуальная социология может рассматриваться в двух направлениях — методологическом и культурологическом. Специфика методологического метода заключается в том, что путем создания фотографий мы можем изучать запечатленную реальность. Культурологический метод отличается только процессом получения информации об изучаемом предмете, объекте или явлении. В основе культурологического метода лежит изучение фотоматериала, созданного не самим исследователем, а другими людьми и взятого в любой историческо-временной точке.

¹ Штомпка П. Введение в визуальную социологию // INTER. 2007. № 4. С. 6–12.

Одна из основных методических и методологических концепций современной социологии — социологическое воображение, которое было впервые рассмотрено Ч. Р. Миллсом для обозначения принципа социологической генерализации (подведения конкретных фактов под обобщенную категорию или тенденцию). Можно сказать, что социологическое воображение осуществляет переход от обыденного созерцания к анализу социальной действительности.

В нашей стране есть несколько научных центров, где серьезно занимаются визуальной социологией: в Московском государственном университете, Институте этнологии и Институте философии РАН, в Российском государственном гуманитарном университете, в Пермском государственном университете, в Петербурге, Саратове, Ижевске.

Сегодня всем знакомая методология анализа визуальных образов претерпевает динамические изменения, но методология визуального анализа поднимает больше вопросов, чем когда-либо. Почему сейчас возник такой интерес к визуальным образом, отражает ли он концептуальные изменения в мышлении людей? Как правильно изучать визуальные средства? Что изучать? И самое главное, какие методики использовать для исследования визуальных образов и для их анализа? Чем отличается визуальная социология от других наук, которые соприкасаются с визуальными образами? Визуальная социология формируется как отдельное направление социологии, однако до полной институционализации еще далеко.

В первую очередь необходимо понять, почему так возрос интерес к визуальной социологии сегодня, что ему способствовало?

Во-вторых, следует очертить предмет визуальной социологии. Понятно, что в современном мире многое взаимосвязано и есть вещи, которые стоят на стыке наук. Тем не менее представляется, что в визуальной социологии уже сформировались основные поля, предметная область, которую мы хотели бы обозначить.

В-третьих, необходимо раскрыть основные направления дальнейшего развития визуальной социологии.

Прежде всего обоснуем возросший интерес к визуальной социологии. Какие факторы послужили толчком для развития визуальной социологии сегодня?

1. Развитие социологии как науки. Происходит расширение спектра охватываемых явлений, инкорпорирование социологии во множество смежных дисциплин. Точно так же в сфере видеоисследований наблюдается дифференциация их направлений. В университетах многих стран изучать визуальные образы можно на разных направлениях, в том числе в курсах:

- визуальной социологии;
- визуальной антропологии;
- медиаисследований;
- исследования аудиовизуальных коммуникаций и кинематографии;
- культурных исследований (часть, ответственная за визуальные исследования);
- визуальных коммуникаций;
- истории визуальной культуры;
- истории архитектуры и искусства и т.д.

2. Развитие качественной методологии в социологии. Несомненно, развитие качественной социологии с ее методами, которые позволяют более глубоко проникнуть в жизнь респондента, привело к широкому использованию их не только исследователями, но и простыми людьми. Использование разных типов включенного наблюдения обусловило наличие больших массивов видеоинформации, которые нужно осмысливать и анализировать. Вариативность качественных методов вызвала различные эксперименты с формами и методами видеофиксации получения данных от респондентов и новые формы анализа.

3. Глобализация. В результате глобализации современный человек, к какой бы социальной группе он не принадлежал, в какой бы стране не жил, чувствует себя частью мирового сообщества. В разных странах есть различные возможности для посещения других стран, однако с помощью Интернета, телевидения, средств массовой информации практически любой человек земли знает, что происходит на планете в целом и в ее отдельном уголке.

4. Развитие Интернета и IT-технологий.

Развитие Интернета привело к тому, что любому члену общества доступны данные по многим вопросам современной жизни человечества из разных концов планеты. Таким образом, перед человеком раскрылся широкий спектр возможностей. Интернет — это не только средство коммуникации, это интерактивная среда, которая позволяет:

- а) обмениваться как текстами, так и имиджами, в том числе с теми людьми, которые человеку дороги;
- б) интенсивно искать имиджи по ключевому слову;
- в) использовать целый спектр новых имиджевых технологий (Flash) и т. п.

При простом запросе «Интернет и визуальные образы» всплывает огромное количество картинок — от Джоконды до Мэрилин Монро. Интернет — это мировое хранилище образов.

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям РФ провело исследование пользователей Интернета. Наиболее популярным занятием среди пользователей Рунета является чтение новостей — 77 % аудитории посещает сайты средств массовой информации, 74 % пользуется почтой, 68 % — поисковыми сервисами, 68 % узнает погоду, 46 % смотрит фото и видео, 44 % скачивает программное обеспечение, 41 % читает блоги и форумы, 39 % скачивает музыку, 34 % общается с помощью мессенджеров (ICQ, Skype и т. д.).

5. Развитие цифровых технологий. В XIX в. была совершена фотореволюция — со времен Луи-Жака-Манде Дагера (1787–1851), человека, который не изобрел фотографию, но сделал ее популярной, визуальные средства фиксирования социальной действительности претерпели существенные изменения. А начиная с 1981 г., когда компания Sony изобрела камеру Magnetic Video Camera, совершилась цифровая мини-революция. Сегодня цифровые видеокамеры доступны по цене 350 \$ представителю среднего класса и ими пользуются миллионы людей во всем мире. Они создают видеоархивы, фиксируя в них варианты своей действительности и досуга. Созданные людьми визуальные материалы являются объектом социологического анализа. Но с другой стороны, исследователи сами используют цифровые камеры для изучения

социальных процессов современности. Таким образом, развитие цифровых технологий подстегнуло развитие визуальной социологии.

6. Возникновение мобильной телефонии. Помимо цифровых видеокамер большую роль в создании визуальных образов играют мобильные телефоны. Благодаря MMS (Multimedia Messaging Service) — сервису мультимедийных сообщений — у владельцев мобильных телефонов появилась возможность отсылать и принимать на свой мобильный телефон и прочие устройства не только текст, но также графику, музыку и видео. Большинство операторов в настоящее время поддерживает MMS до 300 кбайт, что соответствует видеоролику длительностью 20–40 с или несколькими фотографиям.

Современные сотовые телефоны имеют множество функций:

а) создавать черно-белые картинки; цветные картинки; логотипы по индивидуальному заказу абонента (например, с именем абонента и т. д.); отредактированные пользователями изображения (например, технология Living Pictures позволяет преобразовать любую двухмерную фотографию, сделанную встроенной цифровой камерой, в трехмерную «говорящую картинку»);

б) организовывать фото- и видеогалереи, MMS-конкурсы фотографий абонентов и т. д.;

в) вести потоковую передачу медиаданных (цифровых аудио- и видеофрагментов в режиме реального времени). Она включает потоковый мобильный видеопросмотр значимых событий (чаще всего спортивных), потоковое видеосопровождение (например, сервис «визуальное радио», позволяющий пользователям сотовых аппаратов не только слушать аудиоинформацию, но и получать картинки, а также голосовать за музыкальные композиции или приобрести рингтоны);

г) медиаинтегрированные сервисы, в которых непосредственно участвуют медиапровайдеры. Предоставление таких услуг часто основано на интеграции ТВ, SMS или IVR и включает ТВ-чаты, интерактивные программы (радио и телевидение), голосование, интерактивные игры;

д) мобильный маркетинг — интерактивный маркетинговый инструмент или маркетинговые коммуникации,

в реализации которых задействован мобильный телефон. Предоставление мобильного маркетинга основано на идее персональной нацеленности на абонента в части целевой рекламы, отфильтрованных новостей, личного портфеля акций и т. п. Реализация такого рода продуктов возможна с использованием различных технологий передачи данных — SMS- и MMS-сообщений;

е) пользовательские приложения, в частности приложения для работы с фотоизображениями (например, сервис Vodafone Live основанный на технологии MMS-сообщений. Чтобы им воспользоваться, абонент должен иметь телефон под брэндом Vodafone со специальной кнопкой. Картинка, снятая встроенной камерой телефона, попадает при нажатии кнопки в личный электронный фотоальбом абонента на сайте компании и/или посылается другу).

Таким образом, мы видим огромные возможности для использования визуальных составляющих с помощью мобильного телефона.

Возросшая визуальная грамотность населения, а также информационная насыщенность современной жизни визуальными образами ведут к формированию образного мышления и образных презентаций. Развитие Интернет-технологий позволяет пользователям создавать виртуальные пространства, отличные от реальных. В Интернете возможно сконструировать новый имидж, отличный от реального, человек может репрезентировать себя по-разному. Возникшие в Интернете виртуальные пространства, новые онлайн-идентичности осваиваются в первую очередь молодежью. Обилие информации приводит к тому, что у современного человека возникает так называемое «клиповое сознание», когда он мыслит визуальными образами. Почему так происходит?

Во-первых, пространство вокруг нас насыщено визуальными образами. Ранее была распространена поговорка «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». В настоящее время эта поговорка очень верно отражает тенденции современной жизни. Сегодня информационный поток в большой степени передается через образы. Время у человека сейчас стало спрессовано: в один и тот же период он делает много различных дел. Событийный ряд очень насыщен. И в этой

связи время, отведенное на чтение текстов или их прослушивание, уменьшается. Более того, чтобы найти определенный текст, журнал, книгу, прослушать информационное сообщение, нужно сделать какое-то усилие: зайти в магазин, включить радио, настроить его на определенную волну, провести селекцию: выбрать в потоке то, что необходимо. Визуальную информацию, которая сегодня везде окружает человека, невозможно отфильтровать: она есть везде — на улице (билборды, растяжки), в транспорте (информационные сообщения, плакаты, видеозэкраны). Таким образом, сегодня огромный поток информации передается через образы. И эти образы схватывает взгляд и передает в мозг.

Во-вторых, образной информации стало больше и она постоянно находится вокруг человека вне зависимости от того, хочет он ее воспринимать или нет. Если человек должен совершить акт доброй воли, чтобы купить книгу/журнал, включить радио, то образная информация поступает без запроса от человека и она быстрее достигает цели.

В-третьих, информационное и образное насыщение пространства, его коммерциализация привели к тому, что мышление людей также стало изобиловать образами, поэтому в репрезентации себя в современной жизни используется больше визуальных средств: все презентации о людях, компаниях выражаются в графических схемах с красиво оформленными шаблонами. Люди презентуют себя в Интернете в общении не через текст, а через визуальные образы. Перефразируя И. Гоффмана, в современной реальности можно было бы сказать: для того чтобы презентовать себя другим, не нужно быть импозантным, красивым, знающим, нужно грамотно себя подать через образы таким, каким тебя хочет видеть целевая аудитория. Визуальные образы служат определенным средством привлечения внимания к себе, за которым стоит желание или что-то продать, или заставить нас как-либо действовать.

И наконец, мир стал не только более насыщен образами, он, как подмечает Петр Штомпка, «становится все более зрелищным. Это выражается двояко: окружение нашей общественной жизни переполнено образами (визуальными представлениями) разнообразнейшего рода, а наблюдаемые

аспекты (визуальные проявления) окружающего нас мира более выразительны, разнообразны и богаты, чем когда-либо. Иначе говоря, повышается образность нашего окружения».

Вследствие развития процессов, описанных выше, проводя социологические исследования, мы видим, что в современной повседневной жизни у молодежи возрастает интерес к виртуальным практикам (и это особенно видно среди молодых людей до 25 лет). Исследования, проведенные в нескольких городах России, показали, что утро начинается (чаще у девушек, юноши предпочитают сидеть в Интернете по вечерам) с просмотра информации в контакте. Причем визуальная составляющая играет огромную роль.

Петр Штомпка дает наиболее глубокий анализ современной визуальной социологии. Обращаясь к визуальной социологии, он очерчивает ее предметную область, которая заключается в сфере визуальных представлений, т. е. «специально создаваемых картин (например, в сфере искусства, рекламы, средств массовой информации)». Визуальные представления плюс визуальные проявления совместно образуют визуальный универсум общества, иначе говоря, «общественную иконосферу», что, собственно, и является предметом визуальной социологии. Предметом будет не только то, что сфотографировано (фотографический образ или разновидность визуального изображения), но и то, что поддается фотографированию (те внешне воспринимаемые аспекты общественной жизни, а стало быть, визуальные проявления общества, которые может зафиксировать объектив фотоаппарата).

Штомпка обращает пристальное внимание на фотографический образ, который «в перспективе визуальной социологии представляет собой не только самостоятельный объект познания, но и средство познания чего-то большего, а именно общественной жизни».

Дж. Грэди пытался очертить предмет визуальной социологии, говоря о том, что могут сделать визуальные исследования для социальных наук. Он писал: «Если визуальные данные уникальным образом подходят для информирования нас о нашем пространственно темпоральном окружении и о том, как мы реагируем на события, тогда обозначаются пять наиважнейших долгосрочных направлений в социальных

науках, которые получают наибольшую пользу от использования визуального материала в качестве данных. Эти пять направлений включают нахождение путей адекватного описания и оценки следующих вещей:

- как образцы поведения (шаблоны), вариации и изменения организованы социально и культурологически;
- каковы интеграционные уровни социальной организации;
- как организованы социальные процессы;
- как эмоционально мы откликаемся на какие-то события;
- как исследовательские находки могут быть представлены наиболее четко и эффективно».

Чарльз Сушар, продолжая традицию обоснованной теории (Grounded Theory), вводит в оборот понятие визуальной обоснованной теории и рассматривает визуальную социологию как находящуюся в комплементарных отношениях с самой обоснованной теорией.

Огромный вклад в анализ визуальных образов внесли Ролан Барт, Ж. Бодрийяр, М. Маклюэн, М. Кастельс и другие. Однако в настоящее время мы пока еще сталкиваемся с недостаточной разработкой методологических и методических подходов к изучению визуальных образов.

Визуальная социология исследует взаимоотношения между создаваемыми образами и их интерпретациями и осмыслением представителями различных социальных групп, в которых отражаются современные социальные структуры, социальные институты и поведение людей в них.

У этого предмета есть несколько составляющих.

1. Социологический аспект визуальной социологии заключается в том, что мы изучаем все визуальные образы не сами по себе, а те визуальные образы, в которых отражаются проблемы современных социальных структур, социальных иерархий, институтов и поведения в них людей.

2. Если брать визуальный аспект визуальной социологии, то мы изучаем визуальные образы, которые могут быть выражены в виде фото, видео, графических репрезентаций (графики и схемы), презентации в Power Point и т. п.

3. Взаимоотношения между создателем (автором визуального образа) и реципиентом (тем, для кого этот образ создавался). Поскольку сами имиджи, как только они созданы, не являются чем-то устоявшимся раз и навсегда, в визуальной социологии мы изучаем их восприятие, насколько оно подвижно и как происходит интерпретация, конструирование и реконструирование смыслов различными аудиториями.

4. У визуальной социологии есть методологическая составляющая, поскольку методология визуальной социологии может и должна отличаться от культурологического, журналистского, рекламного и других подходов, хотя она может использовать в своем арсенале частично и методы других наук, но она должна разрабатывать свои системообразующие и инновационные подходы к изучению и анализу социальных явлений. Современные методы визуальной социологии уже доказали свою состоятельность.

Вместе с тем, мультидисциплинарность и совмещение нескольких методик является важной линией исследования. Так, Баньоли, изучая идентичности молодых людей, совмещала дневниковые записи респондентов, прожективную технику автопортрета, глубинные интервью и анализ фотографий респондентов.⁴ Согласно Пинк текстовое изложение и документ должны дополнять друг друга и тем самым помогать исследователю собирать информацию не только о фактическом, но и о чувственном опыте информантов (который не обязательно является исключительно визуальным)⁵.

4 Bagnoli A. Researching identities with multi-method autobiographies // Sociological Research Online. 2004. Vol.9. No.2 [online]. Date of access: 19 June, 2014. URL: [http://www.socresonline.org.uk/9/2/bagnoli.html]

5 Pink S. Doing visual ethnography: Images, media and representation in research. London: Sage Publications, 2006.

МЕНТАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ ГОРОДА: ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ

Начавшаяся во второй половине XX века «городская революция», коренным образом изменяющая экономический, финансовый и социальный ландшафты в развитых странах, достигла переломной точки в 2008 году, когда впервые за всю историю более половины человечества (3,3 млрд человек) стали жить в городах. За весь XX век мировое население городов выросло с 220 млн до 2,9 млрд человек. По прогнозам ООН, к 2030 году население мира возрастет до 8 млрд человек (по сравнению с 6 млрд человек в 2000 году), а городское население увеличится до 5 млрд человек, его доля составит более 61%. Переход к ситуации, при которой основную часть населения мира будут составлять городские жители, носит необратимый характер. Урбанизация коренным образом меняет отношения населения с территорией его проживания. За последние годы российские города сильно изменились: иными стали структура производства и потребления, социальная организация, жилая среда.⁶

Именно в описанной тенденции передаётся актуальность изучения города и городской среды как пространства для комфортной жизнедеятельности.

Город предстаёт как сложный и многофакторный предмет исследования. В своих многообразных функциях город изучается географами, урбанистами, психологами, экологами, культурологами, специалистами в сфере архитектуры и градостроительства. Город рассматривается от взаимосвязи с другими городами и его собственной структурой до практик и деталей повседневной жизни отдельного горожанина.

Положение горожанина в пространстве определяют «три кита» городской среды – физическое окружение, на которое он непосредственно не может влиять, социальная организация города, куда горожанин вписывается, встраивается. Однако, главные «кузнецы» городов все-таки не властные и социальные структуры города, а люди, живущие в них, поэтому и сам горожанин является элементом и одновременно субъектом городской, где он может вести себя, активно и избирательно. Таким образом, происходит взаимодействие с первыми двумя элементами среды.

В процессе восприятия информация о географическом пространстве неизбежно претерпевает определенные изменения, город воспринимается благодаря врожденным органам чувств, а также профессиональным взглядам и повседневному опыту. Кевин Линч характеризует процесс восприятия следующим образом: «Чаще всего наше восприятие города отнюдь не последовательно, оно скорее фрагментарно, переплетено с другими заботами. Почти все чувства подключены к этому процессу, и результирующий образ

6 Анимиа Е.Г. Крупнейшие города России в контексте глобальных урбанизационных процессов // ARS ADMINISTRANDI . 2013. №1

создается их взаимодействием»⁷. Следовательно, образ есть продукт восприятия. Как образ через восприятие «оставляет след» в сознании, так происходит и обратный процесс, сам образ через его носителей отражается на городе.

Но город это не только воспринимаемый объект, это также и продукт деятельности как застройщиков и архитекторов, так и горожан. Общественное участие в развитии городской среды служит средством достижения положительных перемен, составляющее его молодёжное участие имеет большое значения для развития города и самих молодых людей.

Цель исследования – выявление структуры и содержательной характеристики ментального образа города.

Гипотезой исследовательской работы выступило положение о ментальном образе Томска, основанном на его главных преимуществах – уникальной образовательной среде и молодёжном статусе города.

Тема образа города и репрезентации городского пространства в восприятии субъекта раскрывается в проблематике таких направлений как социальная психология (С. Милграм), поведенческой психологии (Дж. Голд) на стыке архитектуры, градостроительства и психологии (К. Линч, С Милграм), городской ментальности (Т.В. Иванова (Семёнова), города как многоаспектного явления, через рассмотрение жизни людей в нём (В.Л. Глазычев), человека в городской среде (Т.М. Дридзе), гуманитарной, поведенческой географии (Н.Ю. Замятина, Д.Н. Замятин). Методологической основой дипломной работы стали человеко-средовой подход (Т.М. Дридзе) и типология ментальных карт (Д.Н. Сазонова). Таким образом, предметная область изучения города объединяется с социальной и поведенческой психологией, как междисциплинарное направление на стыке с архитектурой и градостроительством, урбанистикой.

Информационную базу исследования составил вторичный анализ материалов стратегии развития Томска до 2020 «Большой город», документов по «Внешнему позиционированию г. Томска», устава г. Томска, рейтингов г. Томска (по данным портала «Градотека», Демоскоп Weekly) и другие сведения о городе, опубликованные в научной литературе, новостных ресурсах сети Интернет («Томский Обзор»).

⁷ Линч К. Образ города / Пер. с англ. В.Л. Глазычева. М.: Стройиздат, 1982..

Город как объект социологического анализа.

Город является объектом изучения многих научных дисциплин, так как в нем сосредоточены все сферы деятельности человека: он не только трудится и отдыхает, здесь создаются условия для его воспитания, образования и самореализации как разносторонней личности. Город – это и экология, и экономика, и повседневная жизнь, и макросоциальные процессы, и многое другое. Разные авторы, в зависимости от своих профессиональных интересов, акцентируют внимание на разных аспектах городской жизни, но у всех, кто значительное время занимается городом, появляется широта интересов и разнообразие проблематики. Город, в силу своей сущности, «вынуждает» заниматься самыми разными вопросами и интегрировать разнообразные знания в некоторую единую концепцию. В силу многоаспектности и отсутствия общей концептуальной схемы город чаще всего описывают и изучают в отдельных ракурсах, сегментарно⁸. Как отмечает Вячеслав Глазычев, именно «сведение» знаний о городе из разных областей исследования и представляет наибольшую сложность, в силу их самодостаточности, и происходящих процессах накопления и переоценки знаний. В этом аспекте раскрывается практическая значимость комплексного изучения города. Ведь именно на целостном знании должно строиться проектирование и развитие города.

Применение же социологических методов в городском планировании – отнюдь не новое явление. Еще в конце XIX века Патрик Геддес утверждал, что городское планирование должно быть основным практическим выражением социологии. Геддес разработал концепцию «городского исследования», которая подразумевала совокупность исследовательских действий, которые необходимо совершить до того как будут сформулированы какие бы то ни было планировочные решения. «Городское исследование» Геддеса подразумевало изучение всех возможных условий того или иного места – географических, климатических, экономических, культурных и социальных.

Социология города позволяет применять к своему предмету изучения достаточно широкий спектр теорий. Город можно исследовать, начиная от его связей с другими городами или его собственной структуры и заканчивая практиками и деталями повседневной жизни каждого отдельного горожанина. Актуальность вопросов понимания города обуславливается и осмыслением данного понятия на научно-теоретическом уровне.

Так понятие город не принадлежит к числу точных научных терминов и имеет два основных подхода – административный и исследовательский. Административный подход определяется необходимостью приданию каждому поселению некоторого статуса. Основанием для отнесения поселения к городу служит, как правило, численность населения и характер деятельности большинства жителей. Исследовательский подход к определению города

8 Пирогов С.В. Социология города / С.В. Пирогов. – М.: Новый учебник, 2004. – 208 с.

обусловлен необходимостью дать точное определение города, которое бы соответствовало целям и задачам исследования. Поэтому в рамках этого подхода существует многообразие решений проблем определения города⁹.

Согласно одной из версий научный интерес к изучению городов возник в первой половине XIX столетия в связи с процессами урбанизации и последующими изменениями в обществе. Была сформирована теоретическая база исследований городского пространства. Известные философы, социологи обозначили и изучили в своих работах вопросы различного характера данной области знаний.

С точки зрения социологии город – это, прежде всего форма общности людей, обладающих социально-демографическими и культурными особенностями и находящиеся в условиях, которые определяются экономическим развитием, сложившейся инфраструктурой и другими факторами. Кроме того, городская среда не просто сложная по структуре, но и динамично развивающаяся коммуникативная система.

Классическая социология закладывает традиции социологического исследования и анализа города. Одним из первых ученых, считающимся представителем классической урбанистики, был К. Маркс. В своей социологической теории общественно-экономических формаций и классового устройства общества Маркс связывал существование социальных классов с определенным этапом развития производства. Главным и определяющим фактором в культуре, по его мнению, является экономика, соответственно, именно экономический аспект городской жизни более всего интересовал философа. В «Капитале» Маркс отмечает, что отделение города от деревни является основой разделения труда. Конечно, главный упор автор делает на теоретическое обоснование капитализма, опуская пространственную определенность, но, говоря об индустриальном обществе, ученый имеет в виду именно городское общество. Согласно К. Марксу, город определяется как некая оппозиция деревне, пространство, предполагающее развитие рынка труда.

В урбанистической антропологии экономический анализ и сегодня является одним из наиболее употребляемых методов. Город не только является местом разворачивающейся экономической деятельности, но и сам выступает в роли экономического актора и, несомненно, является одним из главных экономических агентов. Поэтому и сегодня немало урбанистов используют постмарксистский анализ города.

Другой современник Маркса, занимающийся городской антропологией, это Ф. Энгельс. И как отмечает Вячеслав Глазычев: «Реальное начало социологии города мы находим лишь в известной работе Ф. Энгельса «К

⁹ Шмельков А.В. Социальное пространство города // Урбанизация в условиях трансформации социально-экономической структуры общества. Материалы научно-практической конференции, посвященной 200-летию В.П. Андросова. Смоленск: "Универсум", 2003. - С.239-241.

положению рабочего класса в Англии». Здесь впервые крупный город эпохи промышленного капитализма трактуется как воплощение основных социальных противоречий и впервые детальному анализу подвергнут конкретный социально-пространственный организм — Манчестер».¹⁰

В отличие от своего сподвижника Энгельс занимался не только научно-теоретической трактовкой своих идей, но также использовал эмпирические исследования, всерьез став полевым исследователем. В 1845 г. он опубликовал свои наблюдения под названием «Положение рабочего класса в Англии». В исследовании городов Туманного Альбиона Энгельс впервые поднимает темы социальных проблем, которые и сегодня вызывают массу дискуссий в урбанистике. Интересны и высказывания двух немецких мыслителей Ф. Тенниса и Г. Зиммеля, которые также стояли у истоков зарождения классической теории города. Ф. Теннис, например, видел в городе социокультурное образование, которое посредством своего облика имеет возможность транслировать обществу происходящие в нем процессы. Так, в современных городах и их устройстве он видел признаки кризиса и упадка современного общества, нивелирование ценностей традиционной культуры. Г. Зиммель в своей работе «Большие города и духовная жизнь» отмечает, что город способен оказывать определенного рода психологические воздействия на человека. В отличие от сел и деревень, считает ученый, жизнь в городе более интенсивна и наполнена темпом. Город буквально бомбардирует жителя всевозможными знаками и звуками, сказываясь на его душевном состоянии. Индивид становится более восприимчивым, но в то же время его восприятие притупляется. Отсюда горожане более интеллектуально и психологически развиты по сравнению с селянами, однако более скудны в эмоциональном плане. Помимо душевной скудности жителя города, Г. Зиммель отмечает проблемы, существующие и в городской культуре, говоря о ее регрессе. Нельзя при этом говорить, что ученый лишь негативно воспринимает сущность города, он отмечает и ряд положительных его черт, например наличие свободы выбора. При этом он придерживается позиции, что изменить городское пространство человек не в состоянии, его участь заключается в пассивном наблюдении за его историческим развитием, обусловленным преимущественно внешними факторами¹¹.

В социологии одной из авторитетнейших работ, посвященных городу, является труд Макса Вебера. Обобщенную трактовку города он представил в опубликованной в 1905 году работе «Город». Макс Вебер пытался дать ряд обобщений и понятий для применения к изучению существенных проблем и именно поэтому он вводит в свою методологию категорию идеального типа.

10 Глазычев В. Л. Социально-экологическая интерпретация городской среды / В. Л. Глазычев. – М.: Наука, 1984.

11 Спиридонов, И. А. Обзор западных социологических теоретических интерпретаций понятия "город" / И. А. Спиридонов // Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер.: Социология. Политология. – 2010. – Вып. 4. – С.49-51.

Это логическое упрощение тенденций, присущих сложной действительности, выстроенное на основе односторонне избранной социологом точки зрения. Вебер настаивал на том, что научные понятия не в состоянии охватить действительность, ибо она бесконечна и слишком сложна, чтобы человеческий разум мог понять ее полностью. Для представителей классической социологии в целом, является характерным стремление дать обобщенное определение понятия «город» на основе синтеза общих признаков. Любое общественное явление или процесс описывается и объясняется через отклонение от соответствующего идеального типа¹².

М. Вебером впервые задается определенная система принципов изучения города по ряду существенных оснований, на которую опирается не только социология, но и урбанистика. Это, во-первых, пространственные характеристики города. Во-вторых, хозяйственная деятельность горожан и их роли. В-третьих, взаимодействие между различными группами горожан. В-четвертых, влияние города на развитие новых идей, культуры, структур управления. В-пятых, эволюционные изменения свойственные городам¹³.

Фактически Вебер дает каркас черт городского типа поселения, на котором могут быть закреплены те особенные черты, которые отличают города того или иного культурного ареала¹⁴.

Рассмотренные представители классической социологии относительно исследования города носят характер теоретического анализа. Но в конце 19 – начале 20 века появляются и иные исследования города, в которых доминирует эмпирическая составляющая. К их числу, несомненно, относятся труды английского автора Чарльза Бута. Ч. Бут обнаружил и использовал в исследовании концентрическую структуру города, предвосхитив тем самым знаменитую зональную гипотезу Э. Берджесса, и ввел в методологию социальных исследований технику картографирования. Его исследования, которые проводились на протяжении 17 лет, задали принципиально новый подход к изучению социального феномена города. Чарльз Бут считается предтечей урбанистической социологии. Он заложил традиции проведения подробных эмпирических исследований города. Его работа оказала огромное влияние на методологию и тематическую программу социальных исследований города.

12 Вагин В.В. Городская социология: учебное пособие для муниципальных управляющих. - М.: МОНФ, 2000.

13 Волосникова Е.А. Эволюция социологических взглядов на город в рамках классической метапарадигме // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2012. №1. С.107-113.

14 Луков В. А., Доскальчук А. В. Город // ЗПУ. 2009. №4. С.240-242.

Развитие интереса к городу со стороны научного сообщества в первой половине XX века многим обязано Чикагской школе социологии. В начале столетия в Америке уже распространилась практика так называемых социальных обследований (social surveys), проводимых энтузиастами-любителями и сфокусированных на проблемах городов и условиях жизни разных групп городского населения. Чикагская школа продолжила эту традицию городских исследований, но преобразила её настолько, что уже в 30-е годы любительские социальные обследования окончательно сошли со сцены, уступив место профессиональным.

Роль Чикагской школы социологии в городских исследованиях.

Отметим, что Чикагская школа социологии в период с 1915 г. по 1935 г. занимала доминирующее положение в американской социологии и оказала значительное влияние на развитие социологии в целом, определив её эмпирическую направленность.

Чикагская школа социологии сформировалась на базе факультета социологии и антропологии Чикагского университета. Её идейным вдохновителем был Роберт Парк. В 1915-м году Парк опубликовал программную статью «Город: предложения по исследованию человеческого поведения в городской среде», в которой были очерчены теоретические основания и основные направления городских исследований. Цели Парка и его единомышленников были гораздо более амбициозными, чем изучение города как такового, – их интересовало развитие социологии как научной дисциплины. Предмет социологии понимался при этом предельно широко. Социология должна была дать научное видение человеческой природы, человеческого поведения и социальных процессов. Решая эти научные задачи, социология должна была быть «натуралистической» наукой, опирающейся на эмпирические исследования. И площадкой для этих эмпирических исследований должен был стать как раз город. В этом смысле город виделся Парку как своего рода «социальная лаборатория». Парк видел человеческую природу как нечто подверженное эволюционному развитию, как множество скрытых потенциалов, реализующихся по мере усложнения форм совместного человеческого существования. Большой современный город представлялся ему тем местом, где все грани человеческой природы находят наиболее полное и яркое выражение. Интерес к пониманию природы социальных проблем сочетался у исследований с интересом к практическим возможностям их преодоления или, по крайней мере, смягчения. Впрочем, исследования Чикагской школы были нацелены не только на прояснение конкретных ситуаций, но и на научные результаты. Спецификой чикагских городских исследований было как раз такое совмещение задач: с одной стороны – получения практически полезных конкретных результатов, с другой

стороны – обогащения знания о человеке, человеческом поведении, обществе, современном обществе, социальных процессах вообще¹⁵.

Город трактовался Парком как сложный организм, понять который можно только во взаимосвязи разных аспектов – экологических, экономических, политических, культурных, социально-психологических. В каждом из этих аспектов присутствуют свои процессы, которые в сумме определяют функционирование и развитие города как динамичного образования. Социологические исследования Чикагской школы были сосредоточены преимущественно на экологических (территориальных) и культурных (коммуникационно-символических) аспектах городской жизни. Имея в виду эту двойную фокусировку, Парк характеризовал городское сообщество как «пространственную конфигурацию и моральный порядок». Среди многочисленных исследований социологов Чикагской школы были как чисто экологические и чисто культурологические, так и те, что совмещали в себе экологическую и культурную перспективы. «Социальные миры» сегрегированных районов Чикаго стали предметом очень многих исследований Чикагской школы. Объектами исследований чикагских социологов становились и другие «социальные миры», имевшие территориальные локализации, но не подпадавшие под категорию городских районов. Поскольку современный большой город немислим без коммуникаций, социологи Чикагской школы испытывали большой интерес к масс-медиа. Исследовались циркуляция крупных городских газет (Р. Маккензи), эволюция прессы, расширение её влияния, природа новостей как одного из ключевых компонентов «народного знания» горожан (Парк, Хелен Хьюз). С развитием кинопроизводства в 30-е годы предметом особого интереса чикагских исследователей стало влияние кино на поведение горожан (Х. Зорбо, Г. Блумер и др.)

Все эти разносторонние исследования проводились, в том числе с расчётом на практическое применение. Исследователи Чикагской школы были важными участниками формирования знания о городе и протекающих в нём процессах. Чикагские исследования показали большее значение учета всей совокупности функций города – как в обобщенном смысле, так и в конкретном применении к специфике данного города. В этой связи для теории города существен учет статуса города: разные функции в этом случае принадлежат столице, региональному центру, городу областного подчинения¹⁶.

Чикагская социологическая школа обеспечила все последующие школы социологических исследований городской жизни важнейшими инструментами

15 Житкевич, В. В. Метод социального картографирования в рамках исследований социальных проблем города представителями Чикагской школы социологии 1920-1930 гг. / В. В. Житкевич // Вестник Бурятского государственного университета. – 2008. – Вып. 5. – С.232–235.

16 Трубина Е.Г. Город в теории. М.: Новое литературное обозрение, 2011, 520 с.

для проведения развернутых эмпирических работ. Которые мы рассмотрим в следующем параграфе.

Завершая рассмотрение социологических проблем города в рамках классической социологии, следует отметить, что в концепциях, ее представляющих, формируются основные теоретические и методологические подходы к изучению города. Если при изучении города вычленить три уровня его рассмотрения, то первый представлен обобщающими характеристиками города. На данном уровне находились исследования К. Маркса, Ф. Энгельса, в рамках которых выделены такие основополагающие категории для изучения городов, как духовная жизнь, значимость эволюционного фактора, географическое местоположение и ландшафт, экономическая детерминация, разделение труда и собственности.

Второй уровень – это уровень, на котором задаются характеристики города на отдельном этапе его развития, в системе связей и условий каждого общества. Такой подход означает перспективное рассмотрение отдельных аспектов города, создание типологий и классификаций по отдельным основаниям. К данному уровню рассмотрения города можно отнести работы М. Вебера, Г. Зиммеля, Ч. Бута.

Третий уровень – это уровень многокритериального подхода к городу. С таких позиций происходит анализ его пространственно-временной, общностной, эволюционной и иных структур. Данный подход свойствен Чикагской социологической школе¹⁷.

Понимание образа города в социальных науках

Разнообразие определений термина «образ» и подходов к изучению его носителей – географических пространств, приводит к необходимости рассмотрения различных междисциплинарных уровней исследований в этой области. Рассмотрим основные из них, такие как психологический, социологический (ментальный) и культурный уровни¹⁸.

Географически (или физически) город представляет собой, прежде всего, особое трехмерное пространство. Но восприятие этого пространства более многомерно: как говорит Линч, город – это не только то, что может увидеть глаз, не только то, что может услышать ухо; это пространство, которое можно воспринимать не только органами чувств непосредственно, но и на уровне

17 Волосникова Е.А. Эволюция социологических взглядов на город в рамках классической метапарадигме // Вестник Томского гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2012. №1. С.107-113.

18 Замятина Н. Ю. Концептуальные основы изучения региональных образов // Региональные исследования. — 2011. — № 2 (32). — С. 24–35.

абстракций и воображения (Линч, 1982). Развивает эту мысль С. Милграм в своих работах по социальной психологии, где неоднократно подчеркивает, что изучает не географическую реальность, а ее отражение в умах горожан. Город – это не только пространство для непосредственного восприятия субъектами внешней среды – это среда их активной жизнедеятельности. Люди не только наблюдатели, но и участники городской жизни¹⁹.

В измерении восприятия образа города существуют две позиции, не исключających друг друга – «мой город», как продукт восприятия горожанина и «наш город», как продукт восприятия сообщества.

Психологический уровень исследований подразумевает акцентирование внимания непосредственно на восприятии окружающего пространства и происходящей при этом деятельности сознания отдельно взятого человека. Информация о географическом пространстве в процессе восприятия неизбежно претерпевает определенные изменения. Иными словами, результатом восприятия пространства является не «калька» с информации, содержащейся в пространстве, а нечто совершенно новое. Восприятие индивидуально и конструирование образа – это личностный процесс, который всегда социокультурно детерминирован. На этот процесс оказывает влияние конкретная социокультурная ситуация. В образе проявляется опыт человека, сложившаяся у него система установок, субъективных отношений, мотивов, потребностей и целей. Образ города как предмет в социальной психологии обозначил собой направление, в рамках которого рассматриваются, изучаются «психологические проблемы» в групповом сознании социальных групп населения города. В рамках социального подхода проблема образа города, интерпретируется следующим образом: образ города – это интерпсихическое явление, которое присуще не одному отдельному индивиду, а определенной группе людей. Человек смотрит на мир через призму групповых норм. Данный подход представлен в работах французских психологов, авторов социально-психологических теорий социальных представлений и ментальности (Л. Леви-Брюль, Л. Февр, С. Московичи). Городская среда в совокупности всех составляющих ее элементов оказывает большое влияние не только на жизнедеятельность человека, но и на его психическое состояние. Так психологической наукой городская среда исследуется с изучением воздействия факторов окружающей среды на психику человека и его поведение.

На социологическом уровне под образом территории понимаются суммарные и обобщенные представления о некотором городе (области, стране)

19 Визуальная антропология: городские карты памяти / под ред. П. Романова и Е. Ярской-Смирновой ., Москва., 2009. 312 с.

конкретной социальной группы (образ конкретного города в глазах местных жителей – всех или определенного пола, возраста, профессии и т.д.²⁰.

Структура индивидуального образа города определена структурами ментальности социума, в которой субъект проживает и взаимодействует. Ментальность, как свойство любой социальной группы, включает общие для всех её членов когнитивные структуры и формы мышления. Городская ментальность определяется как групповое сознание ограниченное пространством города²¹.

В городе может доминировать образ восприятия разных субъектов: город студентов, рабочих определенной сферы, военных. Как точно заметил В. Л. Глазычев, «специалист по транспорту видит город как сложную сеть связей. Специалист-теплотехник видит город как огромную фабрику поглощения и выделения тепловой энергии. Строитель видит город как сложную сумму застройки различной степени износа. Финансист и обслуживающий его экономист видят город как пространство движения капитала. Социолог видит в городе драму взаимодействия слоев и групп»²². Но чаще имеет место сложное наложение различных образов. Его основанием не обязательно являются статусные признаки: профессиональные или демографические – подобные группы могут быть социально различны и вовсе быть номинальными.

Исследование образа на культурном уровне, характеризующего общий и частный аспект состояния общества. Данный феномен служит важным критерием цивилизационного анализа любого общества. Качественные характеристики образов в культуре, способы их репрезентации и интерпретации, структуры художественного и политического мышления в категориях географических образов являются существенными для географического, культурологического, исторического, политологического анализа развития общества²³.

Н.Ю. Замятина определяет отличие трёх уровней следующим образом: «Если на психологическом уровне изучались представления “в одной голове”, а на ментальном – “в нескольких однотипных головах”, то системы, изучаемые

20 Замятина Н.Ю., Белаш Е.Ю. Особенности географической репрезентации социокультурных регионов России в характеристиках субъектов РФ // СоцИс, 2006, №9 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.isras.ru/files/File/Socis/2006-09/zamyatin_belash.pdf (дата обращения: 13.04.2014)

21 Иванова, Т.В. Городская ментальность в структуре группового сознания / Г.В.Акопов, Т.В. Иванова // Психология и культура. Ежегодник РПО. Материалы Третьего Всероссийского съезда психологов. - Санкт-Петербург, 2003.

22 Глазычев В. Л. Средовой подход в развитии города : лекция 4 [Электронный ресурс] / Сайт В. Л. Глазычева. Избранные лекции по муниципальной политике. — Режим доступа: http://www.glazychev.ru/courses/mp/mp_04.htm.

23 Замятина Н.Ю., Замятин Д.Н. Гуманитарная география: предмет изучения и основные направления развития // Известия РАН. Серия географическая. — 2011. — № 5. — С. 97–108.

на культурном уровне, можно вообще не привязывать к конкретной “голове”: они не “вмещаются” в нее. Точнее, в каждом конкретном сознании существует некий вариант культурной системы, изоморфный остальным, ее индивидуальный слепок»²⁴.

Как отмечает Кевин Линч – «Всякий индивидуальный образ уникален, он охватывает какое-то содержание, которое никогда или почти никогда не передается другим, но при этом он в большей или меньшей степени совпадает с общественным, обладающим в различных типах окружения большей или меньшей обязательностью. Групповой образ города создается наложением одного на другой множества индивидуальных. Однако не исключена возможность возникновения ряда общественных образов, каждый из которых вырабатывается значительной группой горожан. Такого рода групповые образы совершенно необходимы для того, чтобы индивид мог успешно функционировать в пределах своего окружения, вступая в эффективные контакты с себе подобными»²⁵.

Пространство города приобретает все новые, усложнённые черты, что затрудняет его непосредственное восприятие, приводит к фрагментарности, виртуализации и субъективации его образов. Все это отображается и на визуальном его восприятии: из непосредственного, доступного глазу, пространства образа города превращается в абстрактные схемы – в своеобразное символическое поле, где каждый вычерчивает собственные субъективные карты «своего» городского пространства²⁶.

Образы городов – это очень большая теоретическая и эмпирическая задача. Но изучение образа города определенной социальной группы – задача реальная. Главное при этом, чтобы эта группа была действительным, реальным субъектом городских отношений и городской жизни.

Социальные обследования как предпосылки социальных исследований города

Социальные обследования как метод исследования начали развиваться в начале 20 века в Америке и Англии. Среди наиболее ярких фигур этого направления можно указать Чарльза Бута. Идея социального обследования заключалась в том, чтобы провести опрос максимально большого количества людей, проживающих на определённой территории, для того чтобы составить наиболее точное и адекватное представление о социальных проблемах и

24 Замятина Н. Ю. Концептуальные основы изучения региональных образов // *Региональные исследования*. — 2011. — № 2 (32). — С. 24–35.

25 Линч К. Образ города / Пер. с англ. В.Л. Глазычева. М.: Стройиздат, 1982.

26 Визуальная антропология: городские карты памяти / под ред. П. Романова и Е. Ярской-Смирновой., Москва., 2009. 312 с.

социальных характеристиках этих людей. При этом важным элементом социального обследования являлось то, что инструкции и анкеты, составленные для интервьюеров, позволяли осуществлять обследование непрофессионалам²⁷.

Эти обследования, как и любые региональные исследования, носили черты локальной и современной истории. Они подчеркивали то, что уникально и индивидуально в исследуемых ситуациях. Но, в то же время, они представляют собой и монографические исследования. Ситуация в отдельном городе описывается в понятиях, которые делают ее сопоставимой с ситуациями в других городах. Обследования не предлагали широко обоснованных обобщений, но предоставляли массу материала, вызывающего вопросы и выдвигающего гипотезы, которые затем могли быть исследованы статистически и сформулированы в количественных понятиях²⁸.

Метод социального обследования был подвергнут критике как ненаучный и со временем практически перестал использоваться.

Американский науковед Кларк считает, что процесс формирования отдельных научных отраслей связан с появлением отдельных учёных – одиночек, которые ставят вопрос о необходимости формирования новой предметной области. В дальнейшем появляется «любительская наука», ассоциации, а потом уже образуется академическая и университетская наука. С социологией социальных проблем это происходит в начале 20 века. Начав изучать социальные проблемы именно в этот период, американские социологи определили европейскую социологию в плане формирования социологии социальных проблем как самостоятельную отрасль социологического знания. Большой вклад в изучение социальных проблем был сделан социологами Чикагской школы, которая стремилась соединить теорию и практику²⁹.

Методы городских исследований Чикагской школы социологии

Отметим некоторые важные особенности рассматриваемой школы. Чикагская школа – это, во-первых, проведение исследований города в соответствии с определенной программой: целями, задачами, гипотезами, четко сформулированными объектом и предметом исследования. Во-вторых – это использование различных методов эмпирических исследований. Следует специально отметить, что в рамках Чикагской школы впервые количественные и качественные методы изучения города применялись в органичном единстве.

27 Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований.- М.: РУДН, 2008. - 368 с

28 Сертакова Е.А. исследования «города» в классических концепциях зарубежных ученых // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 4.

29 Верминенко Ю.В. Социология социальных проблем как актуальная отрасль современного социального знания/ Журнал Российской социологической ассоциации. 2008 №2. С. 4-13.

В-третьих, Чикагская школа – это разнообразие стратегии и тематики исследований³⁰.

Нельс Андерсон исследовал место компактного проживания странствующих рабочих (хобо) – Хобогемию, – досконально описав жизненную организацию этой категории «бродяг» (под ударом Великой депрессии этот социальный мир стремительно исчез – вместе с самими хобо). Пол Гоулби Кресси изучил социальный мир «таксидэнс-холлов» — особого вида танцевальных залов (как правило, подпольных или полуподпольных), в которых мужчины могли брать танцовщиц для танца «напрокат» по установленной таксе. До этого исследования ни общественности, ни полиции не было известно, что это за заведения. Фредерик Трэшер исследовал мир подростковых шаек и банд, которыми в 20-е годы Чикаго просто кишел. Исследование становления Чикагского агентства недвижимости, проведенное Эвереттом Черрингтоном Хьюзом, положило начало целой традиции исследования профессиональных миров. Следы этого влияния обнаруживаются в позднейших исследованиях чикагских мусорщиков (Рей Гоулд), таксистов (Фредерик Дэвис), социальной структуры ресторана (Уильям Фут Уайт), мира психиатрической больницы (Эрвинг Гоффман), тюремных сообществ и сообществ заключенных (Норман Хейнер), внутреннего мира сборочного цеха (Дональд Рой) и т.д. Норман Хейнер подробно исследовал социальный мир гостиницы, рассматривая его как квинтэссенцию и апофеоз современного мобильного города, и положил начало социологии гостиниц и отелей³¹.

Социологи Чикагской социологической школы рассматривал город как «лабораторию» для изучения различных аспектов человеческого поведения. Однако «в отличие от химической или физической лаборатории, куда можно доставить соответствующие объекты для их изучения в контролируемых условиях, социальные объекты не могут быть извлечены из их среды (личности, группы, институты) они должны изучаться в «лаборатории сообщества». Для превращения реальных городских условий жизни разнообразных сообществ в «лабораторные» необходимо было создать соответствующую инфраструктуру социологических исследований в городе, способную обеспечить социологу условия работы, сравнимые с условиями естествоведов. Как писал Роберт Парк в своей работе «Город как социальная лаборатория»: «Социальные проблемы в основе своей – проблемы города. Социальные науки сегодня стремятся к тому, чтобы посредством тех же методов отстраненного наблюдения и исследования дать человеку власть над

30 Волосникова Е.А. Эволюция социологических взглядов на город в рамках классической метапарадигме // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2012. №1. С.107-113.

31 Николаев В. Городские исследования и Чикагская школа [Электронный ресурс] // Сайт Urbanurban.ru Режим доступа: <http://urbanurban.ru/blog/education/246/Gorodskie-issledovaniya-i-chikagskaya-shkola> (дата обращения 12.04.2014)

самим собой. Поскольку именно в городе возникла проблема (т. е. проблема социального контроля), то именно в городе ее и следует изучать».

Общее увлечение неформализованными методами исследования, начало которому было положено именно в Чикагской школе. Не отрицая немаловажного значения количественных методов и стремясь к оптимальному сочетанию обоих видов методов (формализованных и неформализованных), Представители Чикагской школы все-таки считают качественные методы по сути своей первичными в социальных исследованиях. Наибольшим вниманием среди этих методов пользовался монографический (case-study method), всесторонне описывающий и объясняющий отдельный социальный факт при помощи разнообразных, соответствующих предмету процедур, какие только может подсказать исследователю его фантазия. Case-study в том виде, как его понимал социологи Чикагской школы, – это не просто отдельный метод наряду со статистическими методами, а, скорее, тип социологического исследования, в котором преимущество отдается качественным методам в силу специфики (уникальности) его объекта. Основное достоинство используемых в монографическом исследовании методов (анализ личных документов, биографий, интервью) заключается в их способности раскрыть «то, что кроется под масками, которые носят все люди», «они позволяют проникнуть во внутренний мир воспоминаний и вожеланий, страхов и надежд другого человека»³².

Предпочтение качественных методов в изучении города не мешало социологам Чикагской школы одним из первых осваивать и применять в своих исследованиях новейшие статистические методы: среди первых они использовали многомерную статистику в социологии – факторный анализ, использование компьютера при обработке данных. Методологическая разносторонность и восприимчивость безусловно связана с их ориентацией на эмпирическое обоснование научных изысканий, с тематической мобильностью и социально-реформистской направленностью³³.

Ментальные карты как инструмент измерения образа города

Как уже не раз подчеркивалось образ города — *это субъективный, личностный процесс* восприятия, понимания, ощущения горожан. Географически (или физически) город представляет собой, прежде всего, особое трехмерное пространство. Но субъективное восприятие этого пространства более многомерно: как говорит Линч, город — это не только то, что может увидеть глаз, не только то, что может услышать ухо; это пространство, которое можно воспринимать не только органами чувств

32 Житкевич, В. В. Метод социального картографирования в рамках исследований социальных проблем города представителями Чикагской школы социологии 1920-1930 гг. / В. В. Житкевич // Вестник Бурятского государственного университета. – 2008. – Вып. 5. – С.232–235.

33 Баньковская С.П. Эрнст Бёрджесс // Современная американская социология. – М., 1994.

непосредственно, но и на уровне абстракций и воображения, и даже темпорально: оно различно в разное время суток, днем и ночью, зимой и летом³⁴. Развивает эту мысль С. Милграм в своих работах по социальной психологии, где неоднократно подчеркивает, что изучает не географическую реальность, а ее отражение в умах горожан. Город — это не только пространство для непосредственного восприятия субъектами внешней среды — это среда их активной жизнедеятельности. Люди не только наблюдатели, но и участники городской жизни. Можно сказать, что они сами выстраивают (вычерчивают) свои образы городского пространства.

Таким образом, для исследования данного вопроса более всего *подходит качественная методология*. Так как общий фокус качественного исследования концентрирует внимание на частном, особенном в описании целостной картины социальных практик. Методический арсенал социолога, занимающегося городскими исследованиями, в настоящий момент расширяется и комбинируется. Это и опросные методики (анкетирование, интервью), и наблюдение, и сбор визуального материала, и анализ вторичных информационных ресурсов, и различные авторские методики.

Существуют разные подходы к пониманию менталитета: психологический, антропологический, социологический (рис.1).



Рис. 1 Подходы к пониманию категории «менталитет»

На наш взгляд, применительно к изучаемому вопросу, междисциплинарный подход наиболее полно раскрывает содержание категории «менталитет». С точки зрения *междисциплинарного подхода*, менталитет это социокультурный

34 Анимица Е.Г. Крупнейшие города России в контексте глобальных урбанизационных процессов // ARS ADMINISTRANDI . 2013. №1

феномен, который представляет собой слой исторической памяти «спрессованного» социального опыта, как предыдущих, так и ныне живущих поколений, предопределяющий синхронизацию переживаний и алгоритмов социального действия большинства членов социума, обеспечивая его целостность в пространстве и времени, в различных, в том числе и в критических, условиях общественного развития.

Одним из основных носителей образа города в сознании человека является ментальная карта. Необходимо сразу подчеркнуть различия между одноименной техникой и методом ментальных карт. Цель создания позволяет отличать ментальные карты от техники индивидуального саморазвития (называемой также интеллект-картами – *MindMaps*), предназначенной для развития памяти, индивидуального самовыражения, дисциплинирования представлений графическим образом, например, при подготовке к экзаменам или к деловой презентации. Интеллект-карту любой желающий рисует для собственных нужд. Кроме того, в отношении упомянутой техники словосочетание «ментальные карты» применяется несколько расширительно, предполагая визуализацию каких угодно представлений, не только пространственных. Как правило, их сопровождают интервью, групповое обсуждение³⁵.

Для социолога ментальные карты — это исследовательский метод и одновременно продукт применения этого метода. Получаемые в итоге карты, суть спровоцированные, или целевые (выполненные для целей проводимого исследования) - документы. Как правило, их сопровождают интервью, групповое обсуждение³⁶.

Термин «картирование» закрепился в русском языке в результате буквального перевода английского термина «mapping» – «создание карты». Этот термин не несет в себе каких-либо предписанных требований к отображению карты и широко используется в различных сферах науки. Первоначально картирование, или картографирование, подразумевало собой создание, составление, отображение физической карты³⁷.

Границы и потенциал метода ментальных карт в его строгой трактовке определяются следующими четырьмя критериями.

1. Изучаемые представления *визуализированы*. Ментальные карты — это не продолжение или дублирование («иллюстрация») вербальной информации, а самостоятельный эмпирический материал, где *визуальное* является

35 Веселкова, Н. В. Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования / Н. В. Веселкова // Социология: методология, методы, математическое моделирование. - 2010. - N 31.

36 Веселкова Н. В. Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2010. № 31. С. 5–29

37 Скаблан И.А. Социальное картирование как метод анализа социально-территориального пространства/ Журнал исследований социальной политики. том 10 № 1.С. 61-78.

центральным, приоритетным. Расширительность возникает, когда «карты» понимают метафорически, как некую совокупность представлений. Этому немало способствует термин «ментальные», предполагающий обращение к образам, представлениям как таковым. Если акцент на представлениях является решающим, картографирование может обозначать любое описание, так или иначе их сопоставляющее. Тогда карта выступает синонимом схематической модели и, в общем-то, не нуждается в визуализации. По данному критерию ментальные карты примыкают к широкой области визуальных исследований, участники которых создают фото- и видеозарисовки, рисунки или коллажи по заданной теме. Специфика ментальных карт города подчеркивается вторым критерием.

2. Ментальные карты визуализируют представления о местности.

3. Непосредственным создателем ментальной карты является *информант*. По этому критерию ментальные карты выделяются из обширной традиции социального картографирования.

4. Ментальные карты создаются *для исследования*. Именно цель создания позволяет отличать собственно ментальные карты от одноименной техники индивидуального саморазвития (называемой также интеллект-картами — *MindMaps*), предназначенной для развития памяти, индивидуального самовыражения, дисциплинирования представлений графическим образом, например, при подготовке к экзаменам или к деловой презентации. Интеллект-карту любой желающий рисует для собственных нужд, а не для целей исследования. Кроме того, в отношении упомянутой техники словосочетание «ментальные карты» применяется несколько расширительно, предполагая визуализацию каких угодно представлений, не только пространственных³⁸.

Сегодня в исследовательской деятельности широко применяется описанный метод от биологического до картирования технологий. Ментальные карты как исследовательский метод, применяемый к изучению пространственных представлений, имеет свою историю и развитие в направлении социального картографирования. Рассмотрим основные приёмы, выделим особенности метода применительно к городу.

Метод социального картирования городского пространства

Метод картирования становится все более востребованным в области сбора, обработки, хранения информации, одновременно приобретая все большее смысловое, методическое и стилевое разнообразие. Наблюдаемый процесс есть реакция на вызовы, связанные с усложнением качественных и количественных характеристик среды, расширением исследовательских задач,

³⁸ *Иванова Т. В.* Городская жизнь как психологический опыт: повторение экспериментов С. Милграма в Самаре // Город. Культура. Образование. Самара: ЦРО, 2001. С. 69–89.

требующих максимально адекватного отображения ее состояний, в том числе в контексте социально-пространственных процессов и изменений. Запрос на объективное и субъективное отображение социально-пространственных процессов присутствует на этапах диагностики социальных проблем, оценки социально-экономического потенциала территории, проектирования, мониторинга и оценки программ и проектов, согласования интересов или вовлечения в активную преобразовательную деятельность субъектов, влияющих на ее развитие.

Понятие «картирование» является одним из наиболее многозначных. Если проанализировать существующие в исследовательской литературе определения, то по широте интерпретации можно выделить несколько подходов к его пониманию. Первый, традиционный и наиболее узкий, используется в картографии, геологии, географии: это метод моделирования, графического, цифрового отображения геоинформационных, геопространственных сведений. Второй, более широкий, используется в науках, занятых пространственно-территориальными исследованиями: это метод моделирования, визуализации, графической репрезентации любой пространственно-локализованной информации в соответствии с задаваемыми параметрами с целью познания изображенных явлений. Третий, наиболее широкий: это метод графического, семантического, знакового описания, систематизации любого материального и абстрактного объекта, позволяющий через сопоставление ряда элементов последовательно описывать, группировать и обобщать исходные данные для построения моделей объектов (предложен К.Линчем).

Картирование, как вид моделирования, основанного на принципе подобия, может выступать как частный метод познания в геонауках, так и общенаучный метод, используемый в различных сферах научной и технической деятельности даже вне пространственно-территориального контекста. Поэтому его объектом может стать любая абстрактная или реальная сущность, явление в их статическом или динамическом отображении. Широта использования метода и многообразие подходов к созданию карт определяет сегодня и многообразие используемых картографических моделей. Попробуем их систематизировать, взяв за основу сам объект, характер того информационного массива, с которым исследователю предстоит работать, а также вид репрезентации информации.

Пространственно-графическое картирование: отображение реально существующего объекта в пространственно определенной системе вне зависимости от его масштабов и качественных характеристик. Это все виды пространственно-территориального картирования, осуществляемого на выбранной картографической или топографической основе. Например, это ландшафтное, геологическое, поведенческое картирование, социально-экономическое и большинство видов социального картирования.

Аналоговое картирование: последовательное графическое, знаковое, воспроизведение и описание изучаемых элементов структуры, заданных свойств конкретного объекта – физического тела, процесса или явления, через выделение групп элементов, порядка их последовательностей (молекулярное картирование, топографическое картирование биоэлектрической активности мозга, технологическое картирование).

Информационно-графическое картирование: систематизация информационных массивов, интеллектуальных продуктов, определение причинно-следственных связей и, на основе графических (преимущественно), числовых, текстовых репрезентаций, прогнозирование изменений для получения новой информации (когнитивное картирование, картирование концепций, причинное картирование). Необходимо «как инструмент повышения творческих возможностей индивида, для анализа проблем или улучшения организации мышления, или как «визуальная альтернатива описанию».

Многообразие видов карт не отменяет то общее, что присутствует во всех видах картирования, а именно: упорядочение, учет и систематизация объектов, отобранных по какому-то принципу на основе концептов или эмпирических данных; объективизация наблюдения за исследуемым объектом; учет факторов, влияющих на изучаемый объект или предмет, а также, в большинстве случаев, визуализация, графическая репрезентация изучаемого объекта или предмета. Несмотря на присущую методу условность и упрощенность отображения, ему свойственна пластичность, читаемость. Картирование может использоваться как метод диагностики, анализа, классификации, моделирования исследуемых объектов и информации с целью познания, прогнозирования процессов, создания нового продукта, коммуникации.

Можно с полным основанием утверждать, что сегодня социальное картирование представляет собой группу методов как пространственно-графического, так и информационно-графического характера, объединенных одним объектом изучения: социальная реальность, особенно в тех своих проявлениях, которые могут быть визуализированы и графически отображены. По мнению Кевина Линча, одного из первых разработчиков методики картирования городского пространства, такого рода групповые образы совершенно необходимы для того, чтобы индивид мог успешно функционировать в пределах своего окружения, вступая в эффективные контакты с себе подобными.

Сегодня социальное картирование индивидуальных и групповых образов, так называемых ментальных карт, используют для выявления знаний, представлений и отношения жителей к месту при анализе городских и сельских сообществ и поселений, пространственных аспектов социальных отношений,

этнических, специфических социальных групп. Соответственно, может использоваться индивидуальное и групповое картирование³⁹.

Ментальные карты как метод первичной обработки информации имеют несколько методик создания. Если попробовать обобщить существующие сегодня подходы (представленные выше), то можно выделить несколько ключевых и часто применяемых.

1. Ментальные карты в представлениях о характеристиках территорий, созданные путём нанесения на контурные, административные, транспортные карты (исходя из целей исследования) ассоциаций, соответствующих всему городу, району. Такие карты обладают всеми признаками географических карт: имеют математическую основу и изображаются картографическими способами.
2. Ментальные карты, составленные посредством изучения текстовых источников. Чаще анализу подвергаются литературные, поэтические образы.
3. Наиболее распространены ментальные карты, нарисованные респондентами для специальных исследований. Это продукт работы с «чистого листа», с помощью простых инструментов и материалов (бумага, карандаши), информантом создается визуальное представление о месте. Полученные изображения, как правило, не имеют единой математической основы и передают пространство в искаженном виде, то есть являются не картами в строгом смысле этого слова, так созданы, упрощено без соблюдения правил картографии. С ростом интереса к такому типу карт теряет актуальность картографическая грамотность. Становится не существенным соответствие масштабу и качеству отображения, символика не носит устоявшегося характера, а может создаваться индивидом или группой индивидов спонтанно по мере создания карты, и ее понимание может стать отдельной задачей исследования.

Опираясь на концепцию К. Линча, рассмотрим как он, и его последователи трактовали этот метод. Ментальными картами Линч называет *восприятие окружающей среды индивидумом*. Это индивидуальная карта известного человеку места. Ментальные карты можно исследовать: спрашивая путь к ориентиру или месту; прося выполнить набросок места или описать его; прося назвать как можно больше мест за короткое время. Социальный психолог Стэнли Милграм в своей книге «Эксперимент в социальной психологии», определяет понятие ментальных карт - как *образ города, который живёт в сознании человека*: улицы, кварталы, площади, имеющие для него важность, связывающие их устойчивые маршруты передвижения и ассоциативные цепочки, эмоциональная нагруженность каждого из элементов городской среды.

39 Скаблан И.А. Социальное картирование как метод анализа социально-территориального пространства/ Журнал исследований социальной политики. том 10 № 1.С. 61-78.

Как отмечалось ранее, ментальные карты – это исследовательский метод, в котором непосредственным создателем ментальной карты является *информант*. По этому критерию ментальные карты выделяются из обширной традиции социального картографирования. Так же специфика ментальных карт города подчеркивается, тем, что изучаемые представления о пространстве визуализированы. Ментальные карты – это не продолжение или дублирование («иллюстрация») вербальной информации, а самостоятельный эмпирический материал, где визуальное является центральным, приоритетным. Расширительность возникает, когда «карты» понимают метафорически, как некую совокупность представлений. Этому немало способствует термин «ментальные», предполагающий обращение к образам, представлениям как таковым. Если акцент на представлениях является решающим, картографирование может обозначать любое описание, так или иначе их сопоставляющее. Тогда карта выступает синонимом схематической модели и, в общем-то, не нуждается в визуализации. По данному критерию ментальные карты примыкают к широкой области визуальных исследований, участники которых создают фото- и видеозарисовки, рисунки или коллажи по заданной теме.

В распоряжении социолога ментальные карты – *это исследовательский метод и одновременно продукт применения этого метода*. Получаемые в итоге карты выполнены для целей проводимого исследования. Как правило, их сопровождают интервью, групповое обсуждение⁴⁰.

Методический арсенал социолога, занимающегося городскими исследованиями, в настоящий момент расширяется и комбинируется. Это и опросные методики (анкетирование, интервью), и наблюдение, и сбор визуального материала, и анализ вторичных информационных ресурсов, и различные авторские методики, которые расширяют исследовательский потенциал и выбираются исходя из задач исследования и целей интерпретации⁴¹.

Анализ исследования ментальных карт города и потенциала молодёжи к его развитию.

Исследование посвящено ментальному образу города в восприятии молодёжи и ее потенциалу к развитию города. Анализируются результаты

40 Веселкова, Н. В. Ментальные карты города: вопросы методологии и практика использования / Н. В. Веселкова // Социология: методология, методы, математическое моделирование. - 2010. - N 31.

41 Иванова, Т.В. Городская жизнь как психологический опыт: повторение экспериментов С.Милгрэма в Самаре / Т.В.Иванова // Город. Культура. Образование. - Самара, ЦРО, 2001. - С. 69-89.]

исследования, проведенного в феврале – апреле 2014 года⁴². В исследовании использовались общенаучные методы (анализ, синтез, обобщение, классификация), а также онлайн анкетирование и метод ментальных карт. В опросе участвовала молодёжь г.Томска различного социального статуса (студенты, школьники, рабочая молодёжь) в количестве 100 человек: 69 % женщин и 31% мужчин в возрасте от 14 до 35 лет. Полученные количественные данные обработаны в программе Microsoft Excel, основные результаты представлены в виде графиков и интерпретированы в описательной форме.

Для анализа качественных результатов применены два подхода. Первый назван «от города – к картам» так как охватывает весь город и проецирует его на карты. Второй подход «от карт – к городу», в котором наполнение карт соотносится с городом.

Подход «от города – к картам», основан на принципах человеко-средовой парадигмы Т.М. Дридзе, носящий общеметодологический характер, и имеющий назначение повернуть фундаментальную теорию социального познания и социального действия лицом к живому человеку, обитающему в многослойной жизненной среде и эволюционирующему в процессе непрерывной обратной связи с ней⁴³.

В данной парадигме выделены основные сферы разнообразной городской жизни. Посредством такого анализа, можно увидеть, что из целостной городской среды более всего выделяют респонденты и как это соотносится с остальными компонентами ментальной карты.

1. «Зелёная» среда города. В ментальных картах характеризует связь горожанина с природой, определяющаяся возможностью контакта человека и естественного пространства. Эта связь может быть непосредственной физической, визуальной, психологической. Её качество обеспечивается наличием естественных, искусственных природных форм.

2. Созидаемая среда города – это как экономические, хозяйственные, социальные объекты городского пространства, так и его культурно-историческая среда. В особенности её пространственной организации культурно-исторического наполнения города, объекты художественной культуры, памятники, события и связанные с ними места.

3. Личностно-эмоциональная среда города. В ментальных картах данный аспект анализа обнаруживается в эмоциональной связи с городом и отношением к нему (переживания, чувства, ожидания, надежды), зафиксированные графически.

42 Иванова Е.С., Орлова В.В. Исследования осуществлялось в феврале – апреле 2014 года на базе НОЦ СГТ.

43 Дридзе Т.М. Две новые парадигмы для социального познания и социальной практики // Россия трансформирующееся общество / Под редакцией В.А. Ядова. – М.: Издательство «КАНОН-пресс-Ц», 2001. С. 222-240.

Такой подход к среде позволяет рассматривать пространство города на основе анализа основных сфер жизнедеятельности горожан. Объединяющим элементом городского пространства в данном контексте является человек. Городская среда предстает индивиду в виде повседневной реальности, в которой он живет. Воспринимая окружающую действительность, мы считываем смыслы, запоминаем объекты, осмысливаем явления и укладываем разрозненную массу информации в свою собственную четкую и понятную именно нам образную схему. Таким образом, социальное пространство города включает в себе два измерения – субъективное, которое раскрывается в рисунках и передает видение автора, и тех, кто интерпретирует его в исследовательских или иных целях. И интерес субъективное (общественное) измерение повседневной жизни города, которое образуется наложением субъективного пространства на объективные пространственные структуры города⁴⁴.

Для подхода «от карт к городу» основой стала типология, предложенная Сазоновым Д.Н.⁴⁵ Критериями данной типологии являются два признака:

- формальный – особенности графического исполнения;
- неформальный – содержательное наполнение карты.

Нами типология была скорректирована и расширена на основании собранного эмпирического материала исследования. Аналоговые карты (формальный признак) были заменены абстрактными, а к картам по неформальному признаку добавились каркасные карты.

По параметру графического исполнения (общий стиль карты) выделены:

1. Карты-схемы – с четкой и пропорциональной структурой города, свидетельствующего о достаточно хорошем знании города. В таких картах город изображен «максимально» полно. Как правило, такие карты дополнены примечаниями, уловными обозначениями, сносками.
2. Карты – эскизы – с менее пропорциональной и подробной структурой города, элементы карты менее или вовсе не соотносены друг с другом. Доминирует подробное изображение конкретной части города, наиболее значимой и освоенной респондентом.
3. Абстрактные карты – город изображен в них через беспредметные графические образы. Они не содержат конкретных объектов городского пространства, а лишь передают его образное восприятие.

44 Шмельков А.В. Социальное пространство города // Урбанизация в условиях трансформации социально-экономической структуры общества. Материалы научно-практической конференции, посвященной 200-летию В.П. Андреева. Смоленск: "Универсум", 2003. - С.239-241.

45 Сазонов Д.Н. Социально - психологические особенности репрезентации городской пространственно - предметной среды у жителей города / Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук. Курск, 2009. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kursksu.ru/dissertations/dis149.pdf> (дата обращения: 13.04.2014 .

4. Смешанные карты – имеют разнообразное сочетание выше предложенных вариантов, без ярко выраженного акцентирования. По параметру содержательного наполнения карты выделяются:

1. Каркасные карты – в своей основе содержат один из каркасов города: природный или урбанизированный.
2. Личностные карты – с доминирующим изображением значимых для респондента мест. На таких картах можно встретить впечатления, воспоминания, связанные с конкретным местом или с городом в целом.
3. Культурно – исторические карты – с преобладающим изображением элементов, характеризующих культуру и историю города: памятники, достопримечательности.
4. Деловые карты – отражающие прагматическое отношение к городу, в таких картах более всего раскрывается город повседневный. Такие карты созданы «через очки» дизайнера, водителя, архитектора.
5. Смешанные карты – сочетающие в себе несколько типов карт, без ярко выраженного акцента.

Для более полного анализа ментальных карт разработан бланк, в котором типология репрезентации городской среды соотнесены с основными городскими средами города, что позволило более конкретно и четко установить тип карты как по формальному, так и содержательному признаку (Приложение 1). Вследствие чего не было выделено карт смешанного типа.

Процедура анализа карт

Объектами анализа выступали: карты – рисунки.

1. Определение типа рисунка по формальному признаку: карта – схема, карта – эскиз, абстрактная или смешанная карта.
2. Определения присутствия в карте сред города: «зелёной», создаваемой, лично – эмоциональной.
3. Определение типа рисунка по неформальному признаку: каркасная, личностная, культурно – историческая, деловая, смешанная. В бланке отмечается обнаруженный критерий в карте (цветом и условным обозначением), таким образом, складывается форма для выявления взаимозависимости сред.

Также к полученным рисуночным данным был применён контент- анализ в целях расширения пределов интерпретации.

4. Контент – анализ включал в себя фиксацию часто повторяемых городских объектов.

Респондентам предлагалось выполнить задание – нарисовать карту города Томска, используя доступные графические средства и приёмы. Особо подчеркивалось, что важно передать как респондент воспринимает город. Возможно, в виду сложности, задание отказались выполнить 50% респондентов. Таким образом, количество карт для анализа составило - 50, из

них: 8 карт – схем, 12 абстрактных карт и 30 карт – эскизов. Респондент в данном исследовании выступает как уникальный «эксперт» в области проживания в городе.

Ментальные карты как метод и продукт исследования позволяют увидеть: социально-культурный контекст места, многообразие взглядов на город, особенности субъективного восприятия повседневности, а также отражение социально – значимых ориентиров исследуемой социальной группы, степень освоенности жизненного пространства города.

Анализ и интерпретация результатов исследования.

Городское и природное пространство зачастую разделяется, выражается это и в повседневности, в стремлении горожанина «вырваться на природу» или вовсе переехать жить загород. Но природа и город очень тесно и разнообразно переплетены. Эта взаимосвязь раскрывается на ментальном уровне при анализе карт абстрактного типа. Так в картах, в которых присутствует только зеленая среда, город изображен в сложно опознаваемых контурах и как бы накладывается на его природный каркас. Вследствие этой особенности данные карты относятся к каркасному типу (пример карты: приложение 2, рис. 1). Но если в абстрактной карте к природной среде добавляется создаваемая среда («родной ВУЗ», «любимое кафе», «мой дом»), то она становится личностной по наполнению и в ней появляется эмоционально – личностная среда (Пример карты: приложение 2, рис. 2).

В этом прослеживается история создания города, которая хранится на ментальном уровне. Как отмечает Елена Трубина, «Создание города было возможно только за счёт соединения человеческих и природных ресурсов. Каждый город был возведён на земле. Достаточно перенестись мыслью на несколько веков назад и представить, как выглядело место, на котором сегодня стоит твой дом, чтобы понять, каким относительно новым является сегодня различие между городом и негородом. Подчас только названия городов напоминают о том, что отличало ту местность, на которой они возникли, от соседних». ⁴⁶ Существует множество легенд о происхождении названия города Томска, отсылающих нас к реке. ⁴⁷ Река, как «ось» города, один из основных объектов в ментальных картах горожан, встречается в 29 картах из 50. И обозначается через графическое изображение (полоса, линия, волны) и/или через письменное обозначение (река, Томь, Томь – матушка). Набережная, как уникальная приречная территория, находящиеся в структуре городской среды отражена лишь в трёх картах, а также косвенно через памятник А.П. Чехову ещё в 6 картах, что свидетельствует о недостаточном развитии этой перспективной территории и подтверждает актуальность проекта «Томские

46 Трубина Е.Г.. Город в теории: опыты осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение, 2011. 520 с.

47 Яковлев, Я. А. Томск - город на реке/ Я. А. Яковлев.--Томск: Издательство Томского университета, 2004. Томск

набережные». Как отметил губернатор Томской области Сергей Жвачкин, – «В Томске можно сделать набережную так, что она станет его сердцем, центром притяжения для томичей. Особенно с учетом того, что город молодежный»⁴⁸.

Противоположными абстрактным, по способу графического исполнения, выступают карты-схемы. В них респонденты стремились, насколько это, возможно, полно передать город. Основа таких карт – улично-дорожная сеть города, на которую накладывается (помещаются) культурные, социальные и другие городские объекты. Именно эта характеристика карт относит их к каркасному (урбанизированному) типу. Особенность карт-схем – при насыщенной наполненности карты отсутствие в них личностно – эмоциональной среды (Пример карты: приложение 2, рис. 3). Но если респондент «раскрашивает» карту личным опытом проживания в городе, отмечая на ней важные именно для него объекты, например через условные обозначения (*«здесь жила, мой дом, дом, где хочу жить»*), то в карте и присутствует и личностно-эмоциональная среда (Пример карты: приложение 2, рис. 4).

Исследование городского пространства неотделимо от исследования практик повседневной городской жизни. Городская жизненная среда очень разнообразна и всегда связана с деятельностью людей. Как пишет Т.М. Дридзе, город «создается деятельностью людей, повседневные запросы которых и составляют собственно социальную «подоснову» сотворения рукотворных городских ландшафтов».⁴⁹ Эту взаимосвязь подчеркивает и Глазычев В. Л. «...невозможно обнаружить такие проявления разнообразной жизнедеятельности горожан, которые не "вписывались" бы в городскую среду так или иначе, не оставляли бы в ней свой след и в свою очередь не испытывали бы совсем зависимости от нее. Обжитое пространство всего города, сложенное из пространств деятельности человека – прямой или косвенной – все это городская среда»⁵⁰.

Городская среда несет отпечаток целостности города и изучение её многочисленных и разнородных компонентов, можно вести в том случае, если сложную систему разложить на ряд более простых структур. Повседневные практики в городе как результат и содержание деятельности горожан наделены эмоциями и отражают образ жизни. Сюда входит профессиональный труд и хобби, образование, досуг, культурное и общественное участие. Доминантные

48 Михайлов В. Набережная для инвесторов // «Эксперт Сибирь» №19 (374) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/siberia/2013/19/naberezhnaya-dlya-investorov/> (дата обращения: 13.05.2014)

49 Дридзе Т.М. Вернуть столицу горожанам (О социальной диагностике в градостроительстве) // Общественные науки и современность. - 1997. - N 5. - С. 26-34.

50 Глазычев В. Л. Средовой подход в развитии города : лекция 4 [Электронный ресурс] / Сайт В. Л. Глазычева. Избранные лекции по муниципальной политике. – Режим доступа: http://www.glazychhev.ru/courses/mp/mp_04.htm (дата обращения: 8.05.2014)

формы и виды деятельности повседневной реальности, составляют основу и базу развития личности. Именно через карты-эскизы респондент более полно передаёт структуру повседневной реальности, которую разделяет с другими людьми. Карты-эскизы, как самые разнообразные в содержательном плане несут ярко выраженный характер. Карты личностного содержания (пример карты: приложение 2, рис. 5) более других передают эмоциональное отношение. Как негативного плана, например состояние дорог города (на картах обозначены «ямы», «пробки»), эмоциональное отношение к месту работы, так и положительного по отношению к любимому району («пл. Южная: зона комфорта, дом родной»), ВУЗу, кафе, магазину и даже реке («Томь – матушка»). Деловые карты показывают каждодневные заботы респондента («бежать, ехать, идти, шагать, лететь»), основные пути, маршруты (пример карты: приложение 2, рис. 6).

Культурно-исторические объекты, сконцентрированные в одноименных картах, воспринимаются как монументы и достопримечательности города, эти же объекты в деловых картах, воспринимаются как ориентиры. Так, например, часто отображаемый в картах памятник А.П. Чехову в одной представлен как место встречи, в другой – как культурный объект города (на карте изображены фотографирующиеся люди).

В ходе нашего исследования мы получили большое количество информации, но, тем не менее, недостаточное, что выделить общественный образ города и его ядро. По мысли Кевина Линча, обобщенный образ города складывается из индивидуальных содержаний, которые никогда или почти никогда не передаются другим, но в них всегда оказывается некое ядро, которое и позволяет составить обобщенный образ⁵¹. Важно учитывать то, что образ не может передать точное описание реальности города, а может лишь передать одну из моделей её интерпретации. Предложенная нами типология интерпретации опирается на подход, где в центре – человек и его гармоничные отношения со средой.

Исследование ментального образа города даёт возможность сопоставления между собой различных видов и способов понимания одного и того же городского пространства и имеет важное теоретическое и практическое значение. Так наблюдения за изменениями повседневного образа города, могут быть использованы в качестве индикатора происходящих в городе социальных изменений. Полученные данные могут быть полезно применены для административно - управленческого аппарата города, в создании социально-экономических стратегий по развитию города.

Такие стратегии развития городов выражают общее видение будущего и являются управленческим инструментом в социально-экономической политике города. Комплексный характер является сильной стороной стратегии как

51 Линч К. Образ города / Пер. с англ. В.Л. Глазычева. М.: Стройиздат, 1982.

инструмента планирования, стремящегося максимально полно охватить проблемы и перспективы развития города. Как замечают эксперты, «в настоящее время муниципальное стратегическое планирование переживает бум: стратегии разрабатываются, принимаются и исполняются во множестве городов и иных населенных пунктах. При этом дань моде зачастую оборачивается недостаточной проработанностью и смысловой наполненностью стратегических документов».⁵² Одним из способов качественного наполнения стратегий может стать исследование образа города, которое особенно востребовано на начальном этапе социально-экономического планирования, так как задает многосторонний подход к пониманию территории и обозначает актуальность привлечения, как специалистов самого различного профиля, так и общественности. Образ города понимается как смысловой конструкт, основанный на комплексном восприятии пространства его обитателями. Этот образ, как правило, неоднозначен и его сложно уловить. Он включает как наиболее устойчивые представления о конкретной территории, так называемое базовое ядро образа, в которое входят объекты городской среды, обладающие максимальной значимостью, так и второстепенные и более изменчивые. Уловить групповой образ города и применить его к стратегии развития города возможно с помощью метода ментальных карт (который подробно был рассмотрен выше). Наряду с функциями, которые выполняют карты различного типа: увеличение смысловой наполненности документа, наглядности информации, выделение проблемных зон, ментальные карты передают социально-культурный контекст территории, ощущение места. Почему это важно для стратегии развития города? Предложенный исследовательский метод делает документ «живым», «приземленным», обращенным к конкретному городу, к его жителям. Ведь одной из форм интерпретации образа является восприятие территории через призму потребностей и интересов горожан по ее развитию и использованию.

Распространённым и востребованным временем (ввиду нарастающей конкуренцией между городами, и прежде всего за жителей) актуальным направлением в стратегиях городского развития является формирование территориального имиджа. Где город рассматривается как область приложения усилий дизайнеров, иллюстраторов, писателей, журналистов и прочих творцов в области визуальных и вербальных коммуникаций, не связанных с архитектурой и проектированием реальной среды. Таким образом, есть возможность перехода в плоскость создания имиджа города средствами, отличающимися от средств работы с физическим пространством⁵³. Чтобы избежать неопределенности необходимо развести понятия имиджа и образа города. Образ – очень широкое понятие, исследуемое в разных областях

52 Харченко К. Технология пространственной локализации стратегии развития города // Муниципальная власть. – 2009. – №6. – С. 75–79.

53 Путинцев П. А. Феноменология города и его образа./ Архитектон: известия вузов» № 33 Март 2011

гуманитарного знания, и включающее в себя ряд других, в том числе и имидж. В свою очередь и понятие имиджа не имеет единого толкования, все определения можно разделить на две больших группы. Понимание имиджа как естественного присутствия в городской среде. Такой подход ярко представлен у Д.В. Визгалова имидж города, как существующая в сознании совокупность представлений о территории. Такое понимание имиджа восходит к его этимологическим корням (от английского image – образ), которое включает, как объективные, так и субъективные составляющие. Автор особенно подчеркивает, что «имидж нельзя создать, его можно только долго выращивать, как зёрнышко». «Образ города не может быть надуманным или изобретенным, привнесённым извне. Он должен быть как можно более точным отражением идентичности города – представлений городского сообщества о смысле и уникальных чертах своего города». ⁵⁴ Вторая группа определений, в которых имидж города – искусственно созданное представление о месте, а город своего рода товар, который нуждается в рекламе и положительном образе. Важную роль здесь играет выбор приоритетного направления работы с фактором времени, нацеленного на достаточно быстрый результат по исправлению образа города и не предполагающий работы с его действительностью. Или с фактором устойчивости, направленного на работу по исправлению городской действительности и требующего определенных затрат. На практике применяется компромисс двух подходов, заключающегося в доведении действительности до рекламируемого образа.

Как правило, именно такой подход к пониманию имиджа доминирует в официальной городской документации по развитию – целевой городской программе по внешнему позиционированию города. Приемы позиционирования, как технологии формирования положительных стереотипов и работа с восприятием потребителя, оказываются применимыми и к городу. Так как существуют объективные основания для создания благоприятного внешнего имиджа Томска, несомненным достоинством данного стратегического направления для города является «низкозатратность, не требующая радикальных изменений инфраструктуры, формирования других реальных факторов притягательности, а концентрирует усилия преимущественно на правильной подаче информации, пропаганде уже существующих, ранее созданных преимуществ территории и перспектив ее развития»⁵⁵.

В документации данного типа чаще всего используется комплексная модель позиционирования города с разделением по выделенным направлениям. Наиболее интересными для исследования направлениями городской целевой

54 Визгалов Д. Брендинг города / Д. Визгалов. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. – 160 с.

55 Маркина О. А., Богачев У. А. Формирование позитивного имиджа как стратегическое направление развития города // Политическая регионалистика и этнополитика / под ред. Н. П. Медведева и К.В. Медведевой. Вып. . М.: Издат. Дом МИСиС, 200. С. 74–81

программы «Внешнее позиционирование Томска»⁵⁶ являются те, в которых делается «ставка на молодежь». И это такие направления как:

- позиционирование города Томска как столицы молодежи (так соседи Томска Новосибирск и Кемерово, позиционируют себя как столица Сибири и столица Кузбасса соответственно). Возрастная структура города Томска, в целом, похожа на общероссийскую. Ключевое отличие – специфическое резкое увеличение численности населения в молодых возрастах в возрасте 18 лет и старше. Это, в основном, результат образовательной миграции – наиболее многочисленные возрастные группы-студенты, которые съезжаются в томские высшие учебные заведения со всей Сибири⁵⁷.
- поддержание/удержание репутации Томска, как студенческого города;
- внешнее продвижение имиджа студенческого города и его университетов;
- позиционирование города Томска как территории инновационного развития и инновационного молодежного творчества.

Имидж города затрагивает все стороны его развития и не обходит стороной горожан. Формирование внешнего имиджа города должно соотноситься с его внутренним имиджем, который в свою очередь должен быть гармонично вписан в образ города его жителей. Носителями внешнего имиджа города являются его гости и жители других населенных пунктов и стран, внутреннего же – сами горожане. Важно отметить, что население города выступает как объектом, так и субъектом в создании его имиджа. Это выражается в стремлении улучшить город, чтобы жизнь в городе улучшала самих горожан. Для жителей города особенно важны: комфортность проживания на данной территории, постоянно улучшающееся качество жизни, в которое входит социальная, экономическая и экологическая составляющие, стимулирование чувства гордости за свой город и стремления прожить в нём всю жизнь и работать на его благо.

Важная роль в исследовании образа города и городской среды отведена социологическим методам, предполагающим проведение и анализ результатов различного рода опросов с целью выявления и обобщения коллективных представлений об исследуемых территориях.

56 Решение Думы г. Томска от 04.02.2014 N 224 (ред. от 04.02.2014) "Об утверждении Стратегии развития города Томска до 2020 года"

[Электронный ресурс]. – Сайт компании «КонсультантПлюс» Режим доступа: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW091;n=76911>(дата обращения: 15.04.2014)

57 Кашницкий И. Что в возрасте тебе моём? [Электронный ресурс]. <http://demoscope.ru/weekly/2014/0581/tema04.php> – Режим доступа: (дата обращения: 20.05.2014)

Чтобы понять, как молодежь оценивает потенциал городской среды, и узнать потенциал самой молодёжи, как субъекта городской жизни, к развитию города нами было проведено исследование в форме онлайн- анкетирования.

В уставе города Томска (статья 1, пункт 2)⁵⁸ прописано, что градообразующим является научно-образовательный комплекс. Именно это конкурентное преимущество города взято за основу продвижения его имиджа. На сегодня Томск позиционирует себя как образовательный и инновационный центр, следовательно, возникает очень непростая задача привлечения молодёжи и закрепления в городе талантливых и одаренных людей, которые могли бы обеспечить его дальнейшее инновационное развитие. Томск в этом отношении стремится быть привлекательной территорией, чтобы сюда приезжали за качественным образованием и оставались для профессиональной самореализации. Для этих целей и аккумулируется имидж Томска как перспективной среды для молодежи.

Но как сама молодежь видит город? Для того, что бы узнать это мы предложили респондентам продолжить фразу «город Томск – это ...». Так 29% опрошенных считают Томск городом университетов, затем следует вариант столица молодёжи – 18% , далее Сибирские Афины – 13%, 10% назвали город инновационным. Провинцией Томск считает наименьшее число опрошенных – 6%. К этой характеристике города добавилось – *«Томск – большая деревня»*, предложенное в графе «другое». Так очень интересными оказались варианты ответов, раскрытые именно через этот пункт анкеты, 24% опрошенных предложили свой вариант. Некоторые из них были принципиально различны в оценке Томска *«ничем не примечательный город»* и *«красивый зелёный город с самобытной архитектурой, множеством глубинок и старых улочек»*, *«удивительный и непредсказуемый город»*. Другие же наоборот, будто дополняли друг друга и тем самым выражали мысль, что Томск *«город с большим потенциалом, который очень слабо используется, «больших возможностей, но маленьких зарплат»*, *«город молодёжи, где мало для неё что делается»*. Ещё одна группа ответов передавала эмоциональную связь с городом *«город Души»*, *«город с душой»*, *«мой дом»*, *«вечная бурлящая молодежная тусовка»*. Варианты, предложенные в анкеты, были уточнены – *«умный город»*, *«студенческий город»*, *«университетский городок»*, *«культурно-провинциальный город»*. Через всё это отражаются ценности места, как пишет Д.В. Визгалов «ценности – это гуманитарная наполненность города.

58 Устав Города Томска" (принят решением Думы города Томска от 04.05.2010 N 1475) (ред. от 04.03.2014) (Зарегистрировано в Управлении Минюста РФ по Томской области 07.06.2010 N RU703010002010001) [Электронный ресурс]. – Сайт компании «КонсультантПлюс» Режим доступа: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW091;n=78222>(дата обращения: 09.05.2014)

Это, например, архитектура города, его история, местный колорит, язык, на котором говорят жители, их привычки, менталитет»⁵⁹.

Город и созданные в нём условия должны соотноситься с потребностями и ценностями проживающего в нём человека. Взаимосвязь комфортности городской среды, и возможности самореализации человека очевидна. Если в городской среде человек гармонично ощущает себя на физическом, психологическом и социальных уровнях, то городские условия оцениваются им как благоприятные. В 2008 и 2012 году Томск по результатам конкурса, проводимого Министерством регионального развития, на определение самого благоустроенного города России, занимал в своей категории (города с численностью населения от 100 тыс. человек) позиции первой тройки мест⁶⁰.

Такова официальная оценка благоустроенности Томска, сделанная на основе анализа внушительного числа критериев. Совпадает ли это с удовлетворенностью и ощущением комфортности городской среды среди молодежи мы узнали, задав вопрос «Как Вы оцениваете Томск с точки зрения комфорта проживания?» Варианты ответов «скорее комфортен, чем нет» и «скорее не комфортен» были введены во избежание резкой полярности в оценке комфортности проживания в городе. Так более половины респондентов – 60% оценили Томск скорее комфортным городом, очень комфортным город назвали треть опрошенных – 28% и с характеристикой скорее не комфортен, согласились 12%. Ни один из респондентов не охарактеризовал Томск как город дискомфортный для жизни. Такие результаты показывают достаточно положительную оценку в плане комфорта городской среды, но в тоже время указывают на то, что есть сферы, в которых молодёжь ощущает неудовлетворенность.

Следующий вопрос был направлен на выявление этих проблемных точек. Также был введен пункт «другое» вследствие большого разнообразия сфер городской жизни, а предложенные варианты ответов охватывали самые «популярные» городские проблемы. И на вопрос, «Чего больше всего не хватает в Томске?» 29% респондентов обозначило нехватку городских мест отдыха. Данная позиция была раскрыта и в пункте «другое», с помощью чего удалось узнать, каких именно городских пространств не хватает молодежи. В сфере культурного досуга, – *«музея современного искусства, хороших арт-галерей, кинотеатра с хорошей программной политикой, где можно смотреть актуальное документальное кино и авторское кино; хороших общественных пространств-коворкингов, анти-кафе, не совковых библиотек»,* а так же *«интересных, необычных мест отдыха, качественных ночных заведений».* 21%

59 Визгалов Д. Брендинг города / Д. Визгалов. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. – 160 с.

60 Почти самый благоустроенный город в России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://obzor.westsib.ru/article/377341> (дата обращения: 15.05. 2014)

опрошенных выбрали вариант комфортной пешеходной среды, и особо в этой сфере отметили нехватку *«больших парков, где можно погулять одной, с ребёнком, с коляской, с парнем, т.к. гулять на Бурике одной страшно, в лес одной страшно, а Новособорная ничтожно мала»*. Отсутствие удобного для студенческого города общественного транспорта и актуальность велосипедной инфраструктуры в городе отметили примерно равное количество респондентов (21 % и 19% соответственно). Так по данным ресурса «градотека», общая протяженность велодорожек в городе составляет 2 км, это 28 место по России⁶¹.

Конечно, не остались без внимания и дороги, *«больших и широких дорог», «качественных дорог», «нормальных тротуаров» и «всего вышеперечисленного»* не хватает молодежи для более комфортной жизни в Томске. Ведь мобильность молодежи, в её физическом аспекте, напрямую связана с городским пространством и отражается на ее активном участии в общественной жизни города.

Далее наше исследование было направлено на выяснение потенциала молодежи к изменению города. Общественное участие в развитии городской среды служит средством достижения положительных перемен, как в жизни молодых людей, так и в жизни города. Такое участие для себя считают важным подавляющее число респондентов – 69%, вовсе не интересуются – 24% опрошенных и активно принимают участие – 7%. Молодёжное участие, как фактор социальной интеграции в городскую среду, закреплено в Европейской хартии об участии молодежи в жизни муниципальных и региональных образований. Отдельный параграф Хартии, посвящен участию молодежи в развитии города, и механизмам реализации данного права⁶².

Следуя логике исследования для нас было важно узнать, что же нужно для эффективного участия молодежи в жизни города. На вопрос «как Вы считаете, что для этого необходимо?», достойное информационное обеспечение всех проводимых городских «событий», а также эффективная и отлаженная обратная связь с городскими властями большинство респондентов (41% и 39% соответственно) считают продуктивными «инструментами» для работы с общественностью города, полагаются и считают достаточным только личную инициативу горожан наименьшее число опрошенных – 17%. В лекции-рассуждении об отношениях городской среды и горожан Александр

61 Ресурс статистики о городах России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gradoteka.ru/city/tomsk> (дата обращения: 22.05. 2014)

62 Пересмотренная Европейская хартия об участии молодежи в общественной жизни на местном и региональном уровне от 23 мая 2003 г. / – Обнинск: Институт муниципального управления (Серия «Документы Совета Европы»), 2005. – 96 с.

Высоковский затрагивает тему права на город, то есть права на воздействие и изменение городской среды, выраженное социальной активностью горожан.⁶³

Автор научного термина Анри Лефевр право на город обозначает не просто как право доступа к городским благам и возможностям – пассивное право потребления города, создаваемого архитектором для жителя, но и активное право преобразования города, а, следовательно, и преобразование самих себя. Право на город не является чем-то искусственно выдуманном, поскольку укоренено в повседневных практиках, независимо от того, знаем мы о его наличии или нет. Лефевр полагал, что отказ от потребительской модели города создает возможность нового гуманизма – гуманизма горожанина, «для которого и благодаря которому город и его собственная повседневная жизнь в этом городе становятся творческим актом (процессом и результатом), ценностью пользования, а не ценностью обладания и обмена⁶⁴.

Для исследования осознанности права на город молодежью Томска, были выделены три группы горожан по степени участия и заинтересованности в городской жизни. В анкете мы предложили соотносить себя с одной из групп. Более половины респондентов (55%) отнесли себя к группе горожан интересующихся, но не готовых к активным действиям. Меньшее, но также значительное число респондентов заняли позицию не только заинтересованных, но и готовых к активным действиям горожан (42%) и лишь 3% опрошенных близка позиция горожан незаинтересованных в развитии города.

Полученные результаты показывают стремление молодежи к реализации права на город. Также в описанном аспекте обозначается и потенциал молодежи к развитию города, который лишь необходимо раскрыть с помощью грамотного подхода, который, по нашему мнению, заключается в партнерских отношениях между «взрослыми» и молодежью, а это значит работать сообща и прислушиваться к мнению каждого. Размышляя и действуя совместно с молодежью, реализуется возможность сформировать собственные взгляды на повседневную жизнь и стать активным горожанином. Такое участие, должно быть выгодно и реализовывать реальные потребности молодежи, доступно для всех групп молодежи и поддержано необходимыми ресурсами (и прежде всего информационными). Важно отметить, что мы указали основные моменты и не претендуем на их универсальность и всеохватность. Каждую ситуацию, рассматриваемую в контексте общественного участия молодежи в жизни города, необходимо рассматривать исходя из реальных условий реализуемых действий, мероприятий, событий.

63 Лекция Александра Высоковского «Нужны ли городу его жители?». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://postnauka.ru/lectures/17296> (дата обращения: 02.05. 2014)

64 Веди́на О. Две Москвы: мировоззрение москвичей и дифференциация городского пространства // Вестник института Кеннана", 2013. Вып. 23, с. 87-100.

Рекомендации

В постоянном поиске новых и эффективных методов городского планирования и управления находятся муниципалитеты городов. Сегодня для определения актуальных целей города, выбора приоритетов и стратегий его развития проводится анализ всех сфер города и связей между ними. В результате проведенной масштабной аналитической работы выявляются проблемы города, на решение которых направляются генеральные цели и стратегии городского развития. Такая диагностика реализуется с помощью SWOT-анализа. У данной методики, несомненно, есть свои плюсы – это выявление сильных и слабых сфер города, комплексность. Но раскрывается лишь общий план проблем города, применимый и к другим похожим городам. Таким образом, не обозначается индивидуальная и характерная только для его жителей особенность жизнедеятельности в городе, которая подробно раскрывается в его образе.

Исследовательским решением для раскрытия образа становятся ментальные карты города. Через них передаётся социально-культурный контекст территории, ощущение места. Предложенный исследовательский метод делает документ «живым», «приземленным», обращенным к конкретному городу, к его жителям. Ведь одной из форм интерпретации образа является восприятие территории через призму потребностей и интересов горожан по ее развитию и использованию. Но это не означает отказа от других методик, а предполагает их комплексное использование. И тут важно подчеркнуть значимость взаимодействия со всеми структурами, организациями, городскими сообществами, носящего системный характер, деятельность которых направлена на улучшения качества жизни и облика города.

Исследование образа города особенно востребовано на начальном этапе социально-экономического планирования, так как задает многосторонний подход к пониманию территории и обозначает актуальность привлечения, как специалистов самого различного профиля, так и общественности. Как будущему специалисту по организации работы с молодёжью, хотелось бы подчеркнуть роль молодёжного участия в формировании городской среды.

Результаты проведенного нами исследования сообщают – молодёжь имеет потенциал к развитию городской среды, его лишь необходимо раскрыть/активировать грамотным подходом, а он по нашему мнению заключается в партнерских отношениях между «взрослыми» и молодёжью, а это значит работать сообща и прислушиваться к мнению каждого. Разработка городских программ не для молодёжи, а совместно с ней. Ведь при должной поддержке со стороны взрослых молодые люди могут успешно справляться с поставленными задачами.

Характер и степень участия будут зависеть от многих факторов. Каждую ситуацию, рассматриваемую в контексте общественного участия молодежи в жизни города, необходимо рассматривать исходя из реальных условий реализуемых действий, мероприятий, событий. Размышляя и действуя совместно с молодёжью, реализуется возможность сформировать собственные взгляды на повседневную жизнь и стать активным горожанином.

Перспектива вовлечения молодых людей к улучшению и развитию городского пространства актуальна и для Томска. Когда молодёжи предоставляется возможность самим разработать, организовать или найти оригинальное решение позволяющее совершенствовать городскую среду и через это развиваться самим. Молодые люди начинают испытывать чувство ответственности за город, в котором живут, бережнее к нему относиться, а также приобретают полезные навыки, которые имеют жизненно важное значение в современном мире. У молодых людей раскрываются способности, когда им предоставляется возможность сделать что-либо значимое для развития своего города, пусть даже на уровне своего района или двора. Так происходит идентификация в контексте города, что означает формирование привязанности человека к городскому пространству и его объектам.

Проблема города и связанных с ним явлений, – одна из наиболее сложных, и уже длительное время устойчиво актуальных в системе гуманитарного знания, так как до сих пор отсутствует единая научная позиция относительно феномена города, а также устоявшаяся терминология. Такое положение объясняется тем, что на протяжении XX в. каждая из гуманитарных дисциплин исследовала город самостоятельно. Теоретики и практики в поисках определения сущности города давно столкнулись со сложной, гетерогенной (состоящей из различных по своим свойствам элементов) ситуацией индивидуальной городской средой.

Несмотря на разницу в подходах к анализу города, в целях исследовательской работы практически общим местом стало положение о том, что город необходимо изучать в его целостности. Поэтому встает вопрос о важности междисциплинарных исследований города. На данный момент социогуманитарная литература о городе представляет собой пёструю в предметном и методологическом плане мозаику фрагментов городской жизни, которые не складываются в узнаваемую всеми картину однозначной реальности: для представителей разных дисциплин, изучающих город, и сторонников различных парадигм – свой город, своя реальность. Можно даже сказать, что город – это совокупность множества реальностей. Подобного рода идеи можно встретить в работах представителей Чикагской школы.

Данная фрагментация исследовательского поля городской тематики свидетельствует о наличии различных способов репрезентации реальности городской жизни и её интерпретации в исследовательских целях. В исследование образа города, метод ментальных карт это одновременно,

визуализированная репрезентация респондента и материал для интерпретации в целях исследования.

Образ города можно изучать через интерсубъективное и ментальное восприятие, а так же как продукт деятельности (социальное участие) горожан, городских сообществ. Данную деятельность необходимо выстраивать, исходя, в том числе из потребностей и возможностей молодёжи. А результаты, проведённого исследования, показывает, что такой потенциал у молодёжи есть. Его лишь, необходимо раскрыть с помощью грамотного подхода. И лишь в системном сотрудничестве и кооперации городских структур и городских сообществ можно создать, действительно удобный город для жизни и развития.

**ГОРОДСКИЕ СООБЩЕСТВА: ОСНОВАНИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ,
СОВРЕМЕННОЕ ПОНИМАНИЕ И ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ
(НА ПРИМЕРЕ ГЛОБАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ,
ДЕЙСТВУЮЩЕГО В ТОМСКЕ КАК ИНИЦИАТИВА ВСЕМИРНОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФОРУМА)**

Начиная с 19 века – периода разрушения традиционного уклада жизни, урбанизации, массовой миграции, формирования новых направлений и целых научных дисциплин – город и общество становятся объектами пристального изучения представителей существующих и вновь складываемых областей науки. «Сообщество» становится одним из наиболее популярным понятием социологического языка. Сообщества рассматриваются в контексте городского развития.. Выявлены основания возникновения, современное представление и значение для участников городских сообществ.

Западная социология, урбанистика, антропология далеко продвинулись в изучении феномена городских сообществ. На сегодняшний день существует множество теорий, которые не только прослеживают историческое развитие этого явления, анализируют взаимосвязь микро- и макропроцессов, влияющих на становление и развитие сообществ внутри города, но и предлагают порой совершенно альтернативные существующим представления о роли сообществ в современном городе.

Именно городское сообщество рассматривается как значимый агент в сложных процессах (экономических, политических, социальных, культурных и т.д.), в которые сегодня вовлечены все без исключения жители городов. При этом многие современные социологи едины во мнении, что сообщество становится важным игроком не только во внутригосударственных и внутригородских процессах, но и выходят на международную сцену. Поскольку именно город сегодня рассматривается как важный объект, вовлеченный в процессы глобализации⁶⁵. Жанетт Садик-Хан, комиссар нью-йоркского департамента транспорта, отмечает, что города – это часть глобального рынка⁶⁶. Впервые в истории большинство населения планеты живет именно в городах, и, по прогнозам ООН, в ближайшие 40 лет число жителей Земли удвоится.

65 Трубина Е. Город в теории: опыты осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение, 2011. – 520 с.

66 Агамбен Дж. Искусство, без-деятельность, политика // Социологическое обозрение. — 2007. – Т.6. № 1. – С.41-46.

Городам надо постараться, чтобы привлечь жителей и сделать их жизнь комфортной.

Цель работы – выявить основания возникновения, современное представление и значение для участников городских сообществ.

Наше предположение заключается в том, что тема городских сообществ сегодня является не менее актуальной темой, чем в предыдущие десятилетия: их продолжают изучать и рассматривать в контексте городского развития. Жители города кооперируются в такого рода объединения по причине понимания важности взаимодействия людей друг с другом для реализации инициатив и собственного развития⁶⁷.

Фердинанд Теннис в своей теории ввел различия между понятиями «сообщество» и «общество». Основа этого разделения заключается в различии между понятиями «знакомый» и «чуждый»⁶⁸. Теннис выделял сообщества, которые образуются благодаря кровному родству, соседские общины и спаянные дружбой граждан города как политические единицы. Стоит отметить, что на этой теории Тенниса – различии основных понятий «сообщество» и «общество» - основывались Эрнст Трельч, Эмиль Дюркгейм, Фридрих А. фон Хайек и Карл Поппер и др.

Согласно теории Тенниса, понятия «сообщество» и «общество» означают противоположные формы человеческого общежития. Под идеальным сообществом он понимал существенные межчеловеческие отношения, основанные на семейном родстве. Типичные для сообщества межчеловеческие отношения покоятся на «естественной» морали. С точки зрения политического господства, это иерархические порядки, в истории складывавшиеся преимущественно как патриархат и иногда как матриархат. С общественной точки зрения это объединения на основе общей традиции и общей религии. В целом, аксиома теории Ф. Тенниса заключается в том, что идентичность сообщества укоренена в эмоциональной связи его членов⁶⁹.

В противоположность идеальному типу «сообщество», идеальный тип «общество» обозначает «открытость», которую Теннис определяет как

67 Шлапак М., Орлова В.В. исследование осуществлялось в 2014 на базе НОЦ СГТ, для проведения исследования был выбран метод полуструктурированного интервью.

68 Теннис Ф. *Общность и общество: Основные понятия чистой социологии* [Текст]/Ф. Теннис; Пер. с нем. Д.В.Складнева. - СПб.: Владимир Даль, 2002. –С. 386-446., Теннис Ф. *Общность и общество*. Пер. с нем. А.Н.Малинкина // *Социологический журнал*. – 1998. – № 3-4. – С. 207-227.

69 Вахштайн В. К Концептуализации сообщества: еще раз о резидентности или работа над ошибками // *Журнал «Социология власти»*. - [Электронный ресурс]. URL: <http://socofpower.rane.ru/arhiv/3-2013-soobcshestva-i-gorod/> (дата обращения: 13.03.2014г.).

«человеческий агрегат и артефакт»⁷⁰. В качестве «открытого» субъект есть «каждый в одиночку и в состоянии конфликта со всеми другими». Существует общая возможность сравнивать предметы как «товар». Возможность сравнивать выражается в существовании денег как меры обмена. Межчеловеческие отношения базируются в «обществе» на договорных обязательствах, то есть на конвенции. В отличие от «естественных» связей «сообщества» вырабатываются «искусственные» взаимные обязанности и зависимости. Теннис исходит из того, что резкая противоположность между «сообществом» и «обществом» существует лишь на понятийно-идеотипическом основании⁷¹.

Можно выделить ряд характеристик, которыми обладают сообщества, согласно теории Ф. Тенниса:

- Основание возникновения: кровное родство, соседская община и «спаянные дружбой граждан города как политические единицы».
- Структура сообщества иерархична, подобно семейной структуре.
- Формы сообществ: политические, общественные и хозяйственные.
- Существует два класса норм кооперативной морали, на которых выстраивается жизнедеятельность сообществ: нормы, которым подчиняются все, и нормы, обусловленные ступенями социальной иерархии.
- Человек в сообществе рассматривается не как индивид, а как та социальная роль, которую он выполняет.

Современники Фердинанда Тенниса – социологи Эмиль Дюркгейм и Макс Вебер – также обращают внимание в своих работах на проблематику устройства общества и отдельных сообществ, как неотъемлемой части функционирования и взаимодействия людей (и горожан в частности) между собой⁷².

Фиксируя и исследуя такой тип связи как солидарность, Э. Дюркгейм дает нам возможность рассматривать сообщества и основания для их возникновения, исходя из различных форм солидарности⁷³. В частности,

70 Теннис Ф. *Общность и общество* // Теоретическая социология: Антология / под ред. С. Баньковской. М.: Книжный дом университет, 2002. – С. 216–248.

71 Теннис Ф. *Общность и общество: Основные понятия чистой социологии* [Текст]/Ф. Теннис; Пер. с нем. Д.В.Скляднева. - СПб.: Владимир Даль, 2002. –С. 386-446.

72 Каради В. Стратегии повышения статуса социологии школой Эмиля Дюркгейма // Журнала социологии и социальной антропологии. – 2004. – №5. – С. 12-49.

73 Глазычев В. Сохранить городские сообщества // YouTube. -[Видеозапись интервью с В.Л. Глазычевым]. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=O3rp3eiHD3E> (дата обращения: 25.04.2014г.).

французский социолог вводит различия между механической солидарностью, где общность основана на сходстве людей друг с другом, и органической, характерной для сложных обществ, где люди отличаются друг от друга, и каждая группа выполняет свою функцию в едином общественном организме. Но в обоих случаях основу солидарности составляет так называемое солидаризирующее действие разделения труда, которое реализуется, однако, не автоматически, а при помощи специальных механизмов социальной регуляции, создающих базовую для отношений солидарности «моральную общность».

По Веберу, структура любого легального порядка непосредственно влияет на распределение экономической или какой-либо другой власти в пределах соответствующего сообщества⁷⁴. Классы, статусные группы и партии - явления, относящиеся к сфере распределения власти внутри сообщества.

Конец 19 - начало 20 века – это период социальных и политических преобразований в Европе и Америке, когда ведущей отраслью экономики становится промышленность, появляются новые технологии производства. Это влечет за собой стремительное укрупнение самих промышленных предприятий – заводов и фабрик. Появляется спрос на рабочую силу. Жители деревень и окрестностей переезжают в города, становясь полноправными участниками городской жизни. Увеличение количества людей на территории проявляет необходимость в расширении существующих и появлении новых городов, их территориального и социального обустройства, включающего городскую «тяжелую» (дороги, автомобили, железная дорога и т.д.) инфраструктуру, места для отдыха и развлечения, совершения покупок, получения образования и т.д. Активно происходят процессы урбанизации, что приводит к формированию новых типов отношений и форм расселения жителей городов. Именно в этот период, как фиксирует ряд авторов, произошел ряд изменений, касающихся отдельно взятого человека: статус человека перестал даваться по рождению и стал результатом индивидуальных достижений, человек стал рассматриваться как отдельная персона⁷⁵.

Усложнившиеся процессы «оголили» и сделали актуальным вопрос взаимодействия «своих» и «чужих». Теория немецкого социолога Тенниса и его базовое различие «свой/чужой» стало отправной точкой для других областей и направлений изучения сообществ.

В частности, на теории взаимодействия «своего» и «чужого» основывается «community studies», в которой соединилась антропология с немецкой

74 Давыдов Ю. Макс Вебер и современная теоретическая социология: Актуальные проблемы вебер. социологического учения. — М.: Мартис, 1998. — 510 с.

75 Каради В. Стратегии повышения статуса социологии школой Эмиля Дюркгейма // Журнала социологии и социальной антропологии. — 2004. — №5. — С. 12-49.

классической социологией⁷⁶. В своей книге «Город в теории: опыты осмысления пространства» Елена Трубина выделяет ряд проблем, связанных с развитием изучения городского пространства, городской среды, жителей отдельных городов, которые ставили ученые 19 века⁷⁷. Отметим некоторые из них:

- Способствует ли городской образ жизни возникновению новых социальных групп и вариантов идентичности?
- Как воздействует городская жизнь на традиционные социальные отношения, в основе которых лежит уважение к обладателям «вышестоящего» классового, гендерного, кастового или расового статуса?
- Способствует или препятствует город складыванию социальных связей между людьми разного происхождения, места проживания и занятий?

Представители Чикагской школы социологии Роберт Парк и Эрнест Берджесс отмечали, что сообщество относится к такому типу населения, которое либо определяется его географическим положением, либо общим местом проживания и работы⁷⁸. Именно в этот период наиболее четко проявляются две ключевые характеристики сообществ, объединенные между собой, – *люди и территория*. В связи с этим, Роберт Парк дает определение сообщества, как собрания людей, занимающих более или менее четкую область, но при этом не просто собрания людей, а собрания институтов, поскольку именно институты, а не люди, являются конечным и решающим фактором, отличающим сообщество от других социальных констелляций.

Одной из наиболее успешной современной теорией представления внутреннего устройства городской жизни и жителей города является теория известного американского экономиста Ричарда Флориды, основной тезис которого заключается в том, что типы сообществ, которые гарантируют экономическое процветание, к настоящему времени значительно изменились⁷⁹. По мнению Флориды, традиционные представления о сплоченном обществе имеют тенденцию подавлять экономический рост и инновации. Уходят тесные

76 Вахштайн В. К Концептуализации сообщества: еще раз о резидентности или работа над ошибками // Журнал «Социология власти». - [Электронный ресурс]. URL: <http://socofpower.rane.ru/arhiv/3-2013-soobcshestva-i-gorod/> (дата обращения: 13.03.2014г.).

77 Парк Р. Э. Городское сообщество как пространственная конфигурация и моральный порядок // Социальные и гуманитарные науки. – 2000. – №3. – С. 11-18.

78 Трубина Е. Город в теории: опыты осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение, 2011. – 520 с., С. 15

79 Парк Р. Э. Городское сообщество как пространственная конфигурация и моральный порядок // Социальные и гуманитарные науки. – 2000. – №3. – С. 11-18.

связи в семьях и между друзьями, близкие отношения между соседями, гражданские объединения, динамичная выборная политика, сильные религиозные институты и опора на гражданское лидерство и на смену им приходит так называемый «креативный класс». Флорида утверждает, что классическое представление о пользе от взаимодействия людей, состоящих в одной группе (сообществе) теряет свою актуальность, поскольку социальные взаимодействия в городах начинают сводиться к минимуму, причиной чему служит стремительное информационно-техническое развитие и снижение ценности такого взаимодействия. Более того, переход от небольших однородных общин с прочными связями к более крупным сообществам с ослабленными связями представляет собой основополагающий факт современной истории⁸⁰.

Современные российские ученые, которые занимаются изучением проблематики устройства внутренней жизни города и территориальной организацией общества, акцентируют свое внимание на непосредственной взаимосвязи между социально-экономическим развитием города (или региона в целом) и наличием на этой территории оформленных локальных сообществ. Несмотря на то, что в городе формируется социальное расслоение, фиксируются и разделяются различные социальные роли населения, которые отражаются в различных сторонах жизни горожан, и определяются организацией разделения и противопоставления функциональных пространств⁸¹. В частности, под городским сообществом понимается «особая социально-территориальная группа населения, существующая в неразрывном единстве с естественной и искусственной средой ее обитания, со специфическими механизмами функционирования и развития. Принципиальным моментом является именно неразрывность социально-территориальной группы и среды ее обитания, когда изменения одного элемента неизбежно влекут за собой изменения других»⁸². При этом основными характеристиками такого рода городских объединений являются: относительная самодостаточность, осознание жителями своей принадлежности, наличие у них общих интересов, гомогенность общности, интенсивность внутренних контактов, социальная солидарность. Кроме того, воспроизводство человеческого капитала как носителя условий рекреации на индивидуальном и совокупном уровне, невозможно вне среды его обитания⁸³.

80 Там же, С. 176.

81 Птичникова Г. А. «Несправедливый город»: городское пространство как отражение общественных отношений // Социология города 2012 №3С. 47-55

82 Горяченко Е., Мосиенко Н. Городская агломерация как социальное пространство: подходы к исследованию // XIV Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. (2-5 апр. 2013 г., Москва). В 4 кн. / отв. ред. Е.Г. Ясин ; Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экон." при участии Всемирного банка и МВФ. - М. : ИД ВШЭ, 2013. - Кн. 3. – С. 65-73.

83 Орлова В. В., Шестакова Д. К. Влияние социальной адаптации на чувство локального патриотизма у приезжих студентов (обучающихся в Томске) // Социология города 2013 №3. - с. 18-27

Таким образом, важно отметить, что эволюционный характер складывания сообществ, вызванный естественными процессами в городах, имел значимое влияние на развитие целых сфер жизни людей – социальной, культурной, экономической и т.д. Каждый член такого сообщества, которые возникали и действовали в определенных границах, становился активным участником таких изменений, и в первую очередь, получал выгоду для себя. При этом каждое сообщество представляло собой сложное устройство со своими внутренними нормами, правилами, представлениями.

С течением времени и усложнением внутригородских процессов, сообщества становятся объектом изучения не как пространственное объединение, а как социальное. На смену эволюционному основанию приходит понимание механического конструирования сообществ отдельными людьми, именно люди (а не территория) стали восприниматься как основа сообщества. К тому же намечается тенденция к изучению сообществ вне территориальных границ, а наоборот, сообщества становятся участниками «транстерриториальных процессов».

В современном понимании городских сообществ снова берется вектор на переосмысление территориального признака формирования и значимости сообществ – берутся во внимание сообщества, образуемые в рамках многоквартирных домов (одного или нескольких), главным связующим элементом которых выступает инфраструктура.

При этом появляются альтернативные представления о сообществах, когда на смену тесным связям внутри небольших сообществ приходит тенденция к более крупным сообществам с ослабленными связями между участниками.

Глобальное сообщество молодых людей *Global Shapers Community*, как инициатива Всемирного экономического форума

В 2012 году по инициативе основателя, главного идеолога и президента Всемирного экономического форума в Давосе (World Economic Forum), который имеет более чем 40-летнюю историю, Клауса Шваба было учреждено сообщество для молодых людей в возрасте от 20 до 30 лет под названием *Global Shapers Community* (Сообщество мировых шейперов). Причину необходимости создания подобного рода сообщества профессор Шваб обозначает следующим образом: «Мы все больше осознаем, что в решение глобальных проблем мы должны более целенаправленно вовлекать молодежь на всех уровнях – местном, региональном, национальном и глобальном. Поскольку именно это поколение имеет страсть, динамизм и предпринимательский дух, чтобы формировать будущее».

Как отмечают организаторы сообщества, сегодня более 50% населения земного шара – в возрасте до 27 лет, большинство из которых проживает в городских районах. В исследовании, которое проводила штаб-квартира Всемирного экономического форума, выяснилось, что 92% опрошенных жителей разных частей Земли в соответствующем возрастном диапазоне согласны с тем, что мир должен измениться, 84% считают своим долгом делать эти изменения, почти 82% считают, что они обладают силой и возможностями, чтобы эти изменения сделать реальными. К тому же, как указывают авторы исследования, это поколение чувствует себя более уверенным, благодаря существующим технологическим возможностям получения информации и как следствие, расширением возможностей для взаимодействия и сотрудничества с другими людьми.

Феномен GSC исходит из общего феномена Всемирного экономического форума. Существовая на протяжении 42 лет, форум в Давосе превратился из сугубо академической конференции в мировой форум, ставящий на повестку дня самые актуальные и глобальные вопросы. Ежегодно на форум съезжаются лидеры ведущих стран мира, известные деятели из самых разных областей – бизнес, наука, технологии, искусство и т.д. Это независимая международная организация, целью которой является улучшение состояния мира путем привлечения бизнес-элиты, политических, научных лидеров для формирования глобальной, региональной и отраслевой повесток дня. За свою историю ВЭФ имеет успешный опыт вовлечения молодых людей к активному и позитивному влиянию на решение вопросов мирового масштаба. Инициированное новое мировое сообщество Global Shapers Community призвано подготовить для молодых людей со всего мира платформу для формирования будущего. К тому же, Global Shapers Community может стать прецедентом настоящего глобального сообщества, по заверению его основателей.

Что из себя представляет всемирная сеть сообщества Global Shapers Community? Основа сообщества – так называемые хабы (узлы-концентраторы) в столицах и крупных городах большинства стран мира, объединяющие молодых людей, стремящихся внести свой вклад в улучшение жизни на местном уровне. У каждого хаба есть свой основатель-куратор. Задача локального хаба – быть полноценным участником в региональных и глобальных процессах и катализатором предпринимательства. Участники хаба – шейперы занимаются проектами, связанными с конкретными проблемами, выявленными как местным хабом, так и руководством Global Shapers Community. Проекты обсуждаются на регулярных встречах, проводимых в регионах мира и штаб-квартире ВЭФа. Но, самое главное, проекты и хаб в целом, должны оказывать влияние и улучшать жизнь города и региона.

Чтобы стать членом локального сообщества Global Shapers Community, его создатели разработали ряд условий (процедур по вхождению, характеристик,

которыми должны обладать потенциальные шейперы и т.д.). В частности, к ним относятся:

- Возраст: от 20 до 30 лет;
- Наличие высоких стандартов нравственной и умственной целостности;
- Наличие уникальных качеств, которые отличают от мейнстрима;
- Наличие опыта в предпринимательской сфере (опыт реализации проектов, основание компании или организации);
- Готовность участвовать в жизни сообщества, укрепляя свою миссию и цели поддержки своих коллег-шейперов в личном и профессиональном развитии.

Участниками GSC могут стать представители любых профессий, нацеленные на развитие своих способностей в интересах общества. Они должны быть сторонниками высоких моральных и интеллектуальных принципов. Участники сообщества Global Shapers Community организуют в крупных городах мира центры деятельности – они взаимодействуют друг с другом, обмениваясь опытом и идеями. Общаясь между собой, участники Сообщества могут выдвигать идеи и предпринимательские новшества для решения насущных мировых проблем: от улучшения законодательства и экологии до трудоустройства молодежи. Для проведения своих идей в жизнь участники Сообщества могут использовать платформу форума и возможности сотрудничества с компаниями – стратегическими партнерами ВЭФ.

На сегодняшний день Global Shapers Community имеет большую сеть хабов по всему миру – 322 хаба и более 3,5 тыс. шейперов. В России число хабов составляет 11. Томск присоединился ко всемирной инициативе в 2013 году и стал 7 городом в России.

На сегодняшний день в томский хаб входит 17 шейперов и один основатель-куратор хаба.

Основания возникновения, причины вхождения и значение для участников городского сообщества, действующего на территории Томска (интервью как метод исследования)

Предметом нашего исследования являются основания для возникновения и вхождения людей в новые социальные отношения – сообщества, которые, как мы выяснили в первой главе, имеют значимую роль в жизни и развитии города, его горожан. Как следует из теории, на протяжении всего периода изучения темы общества, сообществ и городского развития, появлялись новые, видоизменялись прежние принципы формирования и действия такого рода объединений, вовлеченности жителей на разных этапах внутреннего и внешнего развития города, региона и т.д., а также основных характеристик существующих сообществ.

Для проведения исследования был выбран метод полуструктурированного интервью. Интервью проводились в период апрель-май 2014г. В ходе исследования было опрошено 17 человек (участников сообщества) в возрасте от 21 до 27 лет. Гендерное соотношение: 9 представителей женского пола, 8 – мужского пола. Респонденты занимаются разными видами деятельности: 12 человек являются студентами томских университетов (НИ ТПУ, ТУСУР, ТГАСУ, СибГМУ); 5 человек окончили томские университеты и имеют постоянное место работы.

По результатам проведенного исследования охарактеризовано изнутри сообщество Global Shapers Community, определены его основные параметры и причины, по которым это сообщество на сегодня представляет одну из самых распространенных сетей по всему миру.

В первую очередь, необходимо определить внутреннюю структуру устройства и регламентирования жизни и деятельности хаба. Как отмечалось пунктом выше, у каждого локального (или городского) хаба есть свой основатель-куратор. Респонденты в интервью отмечали, что куратор для них выступает в качестве опытного наставника. Отвечая на вопрос про роль куратора, шейперы выделяли ее как важную, задающую направление движения хаба, важным моментом для них является опыт реализации и участие в комплексных проектах. Из интервью: *«Благодаря ее (прим. куратору) опыту и профессионализму, у нас появляется больше возможностей для реализации собственных идей».*

Что касается внутренней иерархии томского сообщества, 2/3 респондентов отметили «горизонтальный» тип выстраивания отношений. *«Однозначно, это не вертикальная структура. Это вообще так принято, что кураторы не диктуют, чем должен заниматься хаб. Это все идет инициативно от шейперов».*

«Ты можешь делать разные проекты, можешь реализовывать что угодно. При этом, конечно, есть ограничения, но все равно свобода – это характерно. Мы свободны в своем развитии. Мы можем выбрать свою линию развития, своего хаба, и двигаться в этом направлении».

Здесь прослеживается отличие от классического восприятия сообщества в теории Тенниса, как исключительно иерархичной модели, где каждому члену отведена своя роль и свои функции. Несмотря на наличие, на первый взгляд, иерархичной структуры сообщества – есть создатель, кураторы и сами шейперы – взаимодействие внутри каждого сообщества происходит на партнерском, не принуждающем и не наказуемом, уровне.

Затронув тему внутреннего устройства, респонденты привели в качестве противоположного примера профессиональные сообщества, которые также действуют на территории города и за его пределами. *«Там есть строгая иерархия. При чем есть иерархия официальная и не совсем официальная. К сожалению, я не знаю, правильно это или неправильно, но приходится жить в рамках этой иерархии. И не всегда, например, какие-нибудь свои, как тебе кажется, перспективные идеи или мысли находят поддержку».*

Что касается оснований для вхождения в это сообщество, здесь также присутствует ряд интересных моментов. Отметим, что в томский хаб (как и во все остальные по всему миру) входят представители самых разных областей деятельности – от IT до строительства дорог. В качестве основных причин вступления в сообщество респонденты отметили:

- Интерес к различного рода сообществам

«Так же меня интересует интересные сообщества, я постоянно интересуюсь тем, что в городе происходит, разными проектами социальным».

- Желание передавать свои знания/навыки/умения другим и использовать их для улучшения жизни вокруг

«Я всегда старался кого-то чему-то научить, передавать знания и т.д. Одним из аспектов моего успеха является то, что меня тоже когда-то кто-то чему-то учил, кто-то в меня поверил, и для меня важно передавать это дальше. Это был один из самых важных факторов, по которому я согласился вступить в сообщество, потому что мне очень симпатизируют цели и позиционирование GSC».

- Причастность к глобальным процессам

«Такое приятное ощущение, что вроде бы ты этих людей не знаешь, но у тебя есть чуть-чуть знакомых в других городах, которые в случае если что, тебе помогут хотя бы по принципу, что ты в этом сообществе».

«Желание сделать наш город лучше, сделать что-то маленькое, но хорошее для всего мира, желание влиться в международную молодую сеть мировых лидеров, иметь возможность взаимодействия с молодежными лидерами, из самых разных стран мира, желание открыть нашу страну всему миру, улучшить экономическую ситуацию в нашей стране, повышать имидж городов, регионов России. Global Shapers Community – это постоянное взаимодействие с людьми из самых разных стран, мы здесь представляем не только себя лично, мы представляем наши города и нашу страну. Мы даем возможность людям улучшить то, чем они занимаются, развиваться в профессиональной сфере, улучшить сферу контактов, найти новых партнеров, новых друзей, коллег, получить новый международный опыт, поделиться своим опытом. То есть это глобальная он-лайн платформа».

«Это какая-то большая система и как-то стало интересно почувствовать себя маленькой крупинкой чего-то огромного, понимаешь что ты не просто здесь вот в Томске делаешь какое-то дело, а что подобными делами, либо не подобными, а какими-то другими занимаются по всему миру... но именно участие в этом сообществе дает возможность рассказать даже о самом «мелком» деле, в кавычках, конечно, потому что «мелких» дел не бывает».

- Возможность получать обратную связь/советы/мнения от профессионалов из других областей

«Хотя бы на уровне советов, что для меня тоже немаловажно, я очень много для себя пересмотрел. За прошедшие полгода я сделал несколько для себя таких серьезных выводов, которые я бы не смог сделать, если бы я не был в этом сообществе. И в принципе, я знаю и уверен, я всегда могу кому-то позвонить и попросить помощи, совета».

- Возможность быть частью происходящих изменений внутри города, быть их инициатором и реализатором

«У тебя появляется возможность самому творить и самому изменять жизнь, бороться с какими-то проблемами, с которыми не может справиться государство или еще какие-то структуры. Это как минимум интересно, а для меня еще и приоритетно, что я сам могу что-то сделать. Поэтому люди объединяются в эти хабы. Мне кажется, что многих как раз привлекает тот факт, что они сами могут что-то изменить».

Особо здесь стоит отметить фиксацию респондентов про кооперацию друг с другом. В частности, они отмечают, что одна из главных ценностей такого сообщества – возможность познакомиться с настоящими профессионалами в своей сфере, возникающие человеческие, партнерские отношения не только между членами одного городского хаба, но и между представителями хабов из разных городов и стран.

Из интервью: *«Войти в этот список – это тоже честь, это лестно. Быть одним из самых активных в стране, если тебя замечают, тебя туда зовут, то нельзя не соглашаться, потому что это открывает большие возможности, как связи с другими людьми, связь с другими международными компаниями, с такими же активными людьми во всем мире, поэтому я согласился».*

«Главная наша ценность – это люди и человеческие отношения, поэтому для нас важны люди и выстраивание партнерских, человеческих, добрых отношений с ними».

«Когда ты приходишь в сообщество, ты приходишь к каким-то людям. Эти люди рассказывают о себе, и тебе не нужно сближаться с человеком, проходить весь этот процесс сближения знакомства. Ты просто приходишь, говоришь. Если эти люди пришли в сообщество, значит, они готовы чем-то делиться, значит, они готовы тебе чем-то помочь. Это та же самая записная книжка, только более глобальная».

Как мы выяснили в первой главе данной работы, люди ощущают необходимость объединяться и кооперироваться друг с другом. Но до сих пор нет более четких характеризующих причин такой кооперации, т.е. что заставляет людей взаимодействовать более тесно с другими, к тому же, с кем именно они входят в кооперацию, по каким параметрам они выбирают себе тех, с кем дальше будут взаимодействовать. Как показало наше исследование, молодые люди, которые уже сейчас начинают свой профессиональный путь, учатся или закончили университеты, имеют постоянное место работы, обращают внимание на людей из других сфер деятельности, с кем они могут выстраивать взаимодействие на междисциплинарном уровне. Из интервью: *«В*

чем у нас есть потребность, это делать сложные, комплексные проекты, которые как раз не находятся в узкой сфере их профессиональной деятельности, а наоборот выходят за ее рамки, но они понимают, что своими компетенциями они могут вложиться в эту комплексность. Потому что мир сам по себе усложняется и сейчас мало таких отраслей, которые требуют исключительно узких навыков или знаний, сейчас все больше становится междисциплинарных отраслей. В том числе и мы все, кто в шейперах находится, мы точно видим больше, замечаем больше, наблюдаем. Собственно такие люди пришли в шейперы, которые могут за грань заглядывать».

«Увидев, какие люди собираются, какая предстоит так сказать атмосфера, что люди заинтересованы из разных-разных сфер, могут много чего рассказать обо всем, с чем я раньше, например, не сталкивалась».

«Дело же не в том, что я одна могу больше сделать. А дело в том, что мы можем сделать вместе, потому что, помимо того, что когда разные люди объединяются, люди с разными профессиями, разными видами деятельности находят точки совместного роста, совместного действия в городе и для города, то это само по себе имеет больший impact, чем действовать поодиночке».

«Образование в одной сфере – это устаревшая схема и развиваться нужно во всех направлениях. В том числе, понимать, что происходит вокруг и участвовать в этом, потом, что иначе узнать этого просто так нельзя».

Но при изучении этого сообщества, просмотре историй, проектов и людей из разных хабов по всему миру, одним из основных вопросов остается «Зачем молодым людям, у которых сейчас начинается свой путь, когда они могут выстраивать собственные траектории личные, профессиональные и т.д., заниматься теми проектами, которые, порой, находятся в абсолютно другой области?». И одним из главных ответов, которые прослеживаются практически во всех интервью, является понимание того, что мир перестает рассматриваться исключительно как объект потребления, устоявшееся представление об окружающем мире конца 20 века – обществе потребителей – уже неактуально, и на его смену приходит понимание необходимости и «отдавать». Из интервью: *«Вот собственно эти их качества – готовность не только брать что-то, не только выкачивать ресурсы из этого сообщества, но и вкладываться в него. Не только какой-то потребительский настрой, но и готовность отдавать, это, наверное, и стало наверное таким основополагающей причиной».*

«Сама по себе вся структура шейперская – это новый образ мышления. Когда меняются поколения, меняется образ жизни, меняется тип общества. Это (система) плоды того развития, когда люди приходят к тому, что работать нужно не по одиночке, а кооперироваться в какие-то определенные группы и в группах работать уже становится проще».

В продолжение этого же вопроса, сами респонденты отмечали важные для них моменты именно внутреннего взаимодействия друг с другом. Все респонденты отметили в интервью важную составляющую их деятельности в сообществе – *ответственность*. Из интервью: *«Для меня это, прежде всего,*

что я должен сделать для себя. Мне будет как минимум неудобно перед ребятами: я заявил, что я сделаю, а потом не выполню. Пусть даже проект не получится и не получит поддержки, работа должна быть сделана».

«Ответственность есть всегда. Вне зависимости от того, что ты делаешь».

«Тут степень ответственности от каждого человека зависит. Думаю, если человек хочет пользоваться ресурсами этой сети, в которую он вступил, то он должен что-то взамен отдавать».

«Ты просто принимаешь неизбежность, что ты сейчас находишься среди тех людей, которым неизбежно придется брать ответственность за то, что сейчас происходит в этом мире, неважно в городе, в регионе, в стране. Придется брать ответственность за то, что ты делаешь, какие последствия появляются, получаются из того, что ты делаешь, и мне кажется, что вот эта такая идея может привлечь таких разных по своей деятельности, но общих по духу людей, которые готовы эту ответственность взять. Тащить вместе, объединяясь и что-то делая».

Также сами респонденты (2/3 опрошенных) выделили в качестве важного элемента взаимодействия и выстраивания отношений между членами сообщества – этические принципы.

«Речь идет о человеческих каких-то, об этикете, о человеческих принципах, и, кстати, возможно, некоторые из участников пришли, потому что они решили себя воспитывать: «Я берусь, я делаю до конца».

«Нельзя стать шейпером, если нет не только материальных, карьерных достижений, но и моральных ценностей, принципов и желания сделать мир лучше».

Как уточняли ранее, Ф.Теннис в качестве одного из базовых принципов существования сообщества выделяет нормы морали. Этот принцип сохраняется и по сей день, и остается, как мы видим, важным элементом кооперации людей друг с другом.

Но, как и в любой социальной группе, внутри должен быть человек, который своим примером будет вести за собой остальных. Как выяснилось в ходе исследования, куратор выполняет роль наставника и помощника, к тому же, куратор всегда старше самих членов сообщества – шейперов. Поэтому респонденты отмечают, что их активность и стремление реализовывать задуманное, зачастую связано с одним-двумя людьми, которые «загораются» этой идеей. Из интервью: *«Таким образом, человек, который загорелся какой-то идеей, он действительно готов идти до конца. Так сказать, встать во главе колонны, он набирает или призывает заинтересованных людей. Это могут быть люди как состоящие в сообществе, так и вне его, потому что если человеку интересно, то нужно продолжать «поджигать» его интерес, искорку, и выбираются проекты, над которыми люди хотят, могут и стремятся работать. Это могут быть как крупные проекты, так и мелкие».*

«И получается, что для меня очень важен человек, который курирует проект. У нас все лидеры, но у всех в жизни очень много направлений. И я из

презентаций пытаюсь понять, на каком уровне важности находится этот проект. Если человек говорит: «Ребята, я готов. Я чувствую в себе силы, что я готов его курировать, напоминать, поддерживать и так далее». Я поняла, что это основное. Потому что, в принципе, если есть хотя бы один человек, а лучше два, в двойке. Люди, которые являются инициаторами, которые всех держат и грамотно распределяют обязанности».

Проводя параллели с другими группами, в которые объединяются молодые люди, - волонтерские, студенческие и т.д. – большинство из респондентов отмечают, что сообщество – это более серьезное объединение, к которому люди присоединяются, уже будучи в сознательном возрасте и осуществляя определенную деятельность. *«А в GSC, ты меньше учишься чему-то, ты уже больше применяешь, то, что умеешь, то, чему ты где-то научился, и здесь люди не объединяются по принципу чему-то научиться, хотя попутно в любом объединении ты чему-то учишься у других людей. Здесь ты как бы применяешь, действуешь».*

«Это (прим. волонтерские) какие-то маленькие самоорганизованные компании, которые на чистом энтузиазме занимаются интересными делами, как они считают полезными».

«Когда я была в волонтерском центре, все спускалось сверху. Все проекты, которые они предлагали и организовывали внутри волонтерского центра, спрашивали, что вы хотите, куда вы хотите. На добровольных началах, вы присоединяетесь, к какому-то проекту и все».

То же самое относится к внутриуниверситетским организациям: *«Даже если ты студент одного вуза и к тебе обратился совершенно незнакомый человек за помощью, то тебе, скорее всего, откажут. Это нормальная ситуация. Потому что изначально все было направлено на выпускание специалистов, а не на формирование сообществ и формирование взаимоотношений между людьми».*

Для респондентов крайне важно, как выяснилось в ходе проведения интервью, разграничить деятельность, встречи и коммуникацию в сообществе от так называемой «тусовки», как *«абсолютно пустой и нерациональной траты времени».* Из интервью: *«Я работала с такими людьми, которые не понимают, зачем им это нужно, которые приходят на собрание, только потому, что там весело или потому что туда твой друг пришел. Работать с такими людьми довольно сложно».*

В ходе исследования выявилась проблема, которая касается наличия или отсутствия юридического статуса действующего сообщества. Респонденты отмечали, что рассказывая своим друзьям/коллегам о деятельности сообщества, не раз возникали вопросы о полномочиях, которыми наделен томский хаб. Полномочия же соответствующим образом неразрывно связаны (что прослеживается из вопросов, задаваемых шейперам) с формой организации осуществляющей на территории города любого вида деятельности группы людей. Из интервью: *«Непонятна какая-то организационная структура. Но идея, конечно, всех привлекает».*

«Меня спрашивают: «Вы что, общественная организация или акционерное общество? Вообще что это такое? Предприятие? Фирма какая-то?». Как-то в сознании наших людей считается более солидным, когда ты имеешь бумажку».

В интервью порядка половины опрошенных сделали попытку объяснить феномен сообщества, ссылаясь, в том числе, на исторические факты. *«Такая форма как сообщество – это то же самое, когда страны объединялись в коалиции. Первые были военные коалиции, когда страны не могли физически завоевать одна другую, территории делили просто. Тогда стали появляться коалиции, которые стали затрагивать уже не только территориальные вопросы, но и делить экономическое пространство, культурное, политическое и религиозное. Стали образовываться более сложные формы, в том числе и управленческие. И сейчас, мне кажется, то же самое происходит, когда мир усложняется, и про какие-то проблемы мы никогда в жизни не узнаем, если не такое сообщество».*

К тому же, респондентами была выдвинута гипотеза, что сообщество – *«это такая большая площадка для обмена опытом, чтобы делиться своим опытом и для того, чтобы перенимать какие-то лучшие практики, знать про них. Поражает, какими проблемами занимаются в Африке. Когда ты видишь, что один из шейперов поставил себе задачу создать luxury продукт: сумка, обувь, аксессуары, машины класса люкс в Африке, ты понимаешь, что у тебя было стереотипное мышление по поводу того, что там в Африке происходит».*

Принципиально важной для шейперов оказалась «привязка» к городу. Несмотря на отмеченные всеми респондентами плюс членства в таком сообществе – возможность быть частью мировых процессов, возможность познакомиться с «нужными» людьми и т.д. – больше половины опрошенных отметили принцип существования и деятельности сообщества – на территории города, возможность осуществлять деятельность, направленную на совершенствование городской среды и повышение комфортности и качества жизни. *«Главным основанием для деятельности хаба, конечно, является то, что мы видим, чего не хватает в городе, что требует каких-то улучшений, изменений, что требует нашего внимания. И не только нашего, но и еще к чему надо привлечь внимание каких-то определенных людей».*

Порядка 2/3 респондентов во время рассказа о сообществе упомянули слово «уникальное», в качестве одной из ключевых характеристик этого сообщества. Это свидетельствует, в том числе, о том, что данное сообщество носит прецедентный характер в мировом масштабе. К сожалению, за 2 года существования и постоянно нарастающего темпы расширения сообщества по всему миру, не было проведено и опубликовано никаких данных о результативности деятельности как сообщества в целом, так и локальных сообществ, находящихся в разных городах. Результаты своей деятельности участники хабов освещают на официальном сайте сообщества и в его официальной группе в социальной сети Facebook, что дает возможность

обмениваться опытом друг с другом, кооперироваться в совместные инициативы, давать советы и т.д. Поэтому феномен «уникальности» пока можно рассматривать исключительно в контексте самой идеи и ее реализации и столь успешного масштабирования.

Таким образом, благодаря проведенному исследованию, можно выделить ряд принципиально важных фактов для изучения феномена городских сообществ:

- В языке молодых людей есть слово «сообщество», под которым они, в первую очередь, понимают группу людей, объединенных общими целями и интересами. Они не только используют это понятие в своей речи, они интересуются этой темой в связи с тем, что в современном мире это слово упоминается достаточно часто в повседневной жизни.
- Молодые люди видят необходимость в объединении с другими людьми, осуществляя свою социокультурную, историческую потребность и желание передавать свои знания и умения через реализацию проектов, имеющих в первую очередь, социальный характер, т.е. направленных на изменение положения окружающих их людей, предоставления им возможностей узнать и принимать участие в новых для них процессах и действиях и т.д.
- Во взаимодействии с людьми из разных областей деятельности молодые люди видят сегодня не только возможность узнать что-то новое и расширить свой кругозор, осуществлять свои идеи и т.п., но и возможность развития себя, как профессионала, поскольку по убеждению всех опрошенных, взгляд «со стороны» позволяет по-другому отнестись к своей профессиональной проблеме, найти другие подходы к ее изучению и поиску решений и т.д. Объединения, складывающиеся по другим основаниям (студенчество, волонтерство и т.п.), носят либо кратковременный характер, когда по окончании объединяющей их деятельности заканчиваются любого рода отношения, либо не имеют тех внутренних связей и солидаризирующих принципов, которые отмечали респонденты, рассуждая о сообществе.
- Члены сообщества видят проблему в понимании других людей, не освещенных в данной теме, о том, что такое городское сообщество, какую функцию на себе оно несет, какими полномочиями оно обладает и т.д. В первую очередь, это связано с непониманием людей о возможности осуществления какой-либо деятельности (в т.ч. проектной) на территории города и имеющей социальную направленность без институциональной принадлежности.
- Масштаб сообщества видится молодыми людьми, как не только возможность выстраивать эффективную и полезную для себя коммуникацию с представителями других стран, но и как возможность постоянного соотнесения себя, своей деятельности, ее масштабов с теми проектами, которые реализуются в самых разных точках мира, включая страны третьего мира, возможность поменять свое представление и

стереотипы о других культурах/религиях/образе жизни/экономической ситуации и пр.

Повышение комфортности в жизни жителей города, развитие социальной, экономической, политической, культурной и иных сфер жизни, создание и поддержка желаемого облика города, – это комплексная задача, в которую вовлечены не только органы власти и соответствующие структуры, но и все жители города. Это должно быть системной работой по созданию условий для эффективного взаимодействия жителей города из разных областей деятельности, возрастных групп, социального статуса и т.д. Как показало исследование, у людей есть потребность в кооперации друг с другом – и это связано не только с личными мотивами, направленными на достижение результатов для себя, но и с представлениями о необходимости и важности включения в происходящие городские процессы, которые, на первый взгляд, не имеют к ним (их учебе, работе, интересам и т.д.) никакого отношения. Желание не только использовать существующие в городе блага в личных целях и фиксируя недостатки, но и делать попытки совершенствовать окружающее их пространство, дает толчок, порой, к произвольным попыткам объединиться сначала в малочисленные группы, состоящие из нескольких человек (друзей, соседей, родственников, коллег), затем расширяя их, вовлекая незнакомцев и осуществляя совместную деятельность.

Создавая условия для реализации инициатив «снизу», включая жителей города в процессы обсуждения и формирования концепций по развитию городской среды и повышению комфортности для проживания, местные органы власти и общественные организации могут найти в лице жителей своих партнеров.

Со стороны администраций региона и города видится крайне важным создавать на территории города отдельные места, где бы городские сообщества могли вместе с представителями органов власти и экспертами из разных сфер обсуждать насущные проблемы, предлагать свои варианты решения и брать на себя часть ответственности за предлагаемые изменения.

Также необходима поддержка инициатив сообществ с точки зрения информационной политики, поскольку, как мы выяснили в ходе изучения данной темы, важно не только делать «маленькие» дела, но и уметь о них рассказывать, поскольку именно в этом случае, следуя примеру своих сверстников, можно привлечь как можно больше людей к процессам изменения в лучшую сторону городской жизни.

Подводя итог, отметим, что начиная с 19 века, в социологических науках оформилось отдельным направлением изучение сообществ, как важного объекта городской жизни и развития города. На протяжении всего прошедшего временного отрезка сообщества рассматривались как активные участники, инициаторы и реализаторы городских инициатив, создания облика города, по которым его узнавали сторонние люди.

Несмотря на эволюцию в подходах к изучению сообществ, в каждом из них прослеживается связь с классическими теориями, предложенными отцами-

основателями социологии, как науки. Ввиду различных социокультурных факторов, течением времени каждая из теорий видоизменяется и актуализируется, появляются характерные элементы для данного периода времени. Но тот факт, что тема сообществ продолжает оставаться одной из основных в контексте устройства города, городского развития не только в западных науках, но и в отечественной, показывает необходимость продолжать изучать и получать результаты, способные стать значимым вкладом в развитие изучения этой темы, научных областей, которые занимаются изучением сообществ, и, наверное, самое важное, привнести практическую значимость в устройство городов.

По результатам исследования выяснилось, что сообщество, ставшее одним из самых глобальных (или масштабных) в современной истории, обладает рядом характеристик, которые были заложены в качестве базовых при изучении этой темы. Одной из таких является структура сообщества – горизонтальный тип связей, как возможность не только осуществлять свою социальную роль, но и осваивать новые.

В то же время, был отмечен ряд характерных для сегодняшней ситуации моментов, в которых оказываются города и его жители: необходимость включаться в процессы, имеющие международный и междисциплинарный характеры; становиться активным участником городской жизни, проявлять инициативу и рассказывать о своей деятельности посредством существующих информационных технологий. Здесь крайне важным стало обоюдное видение членов сообщества себя, как неотъемлемой части процесса повышения качества жизни населения своего города. Реализуя собственные инициативы в самых разных направлениях и самых разных масштабах, молодые люди видят в этом свою значимую роль в жизни города. Намечается тенденция к желанию и возможности «отдавать», делиться своими умениями и знаниями.

Принадлежать к сообществу для молодых людей современного города – это неотъемлемая часть собственного развития, не только интеллектуального, но и социального, профессионального. Именно междисциплинарный подход, который отметили большинство респондентов, является одним из основных «двигателей» их мотивации в реализации деятельности сообщества. Солидаризирующее качество взаимосвязи членов сообщества дает им возможность получать выгоду в своей профессиональной деятельности, получая советы или обсуждая необходимые вопросы.

Для города наличие разных городских сообществ может стать основой для нового вектора его развития, ведь сегодня перед городами стоит важная задача по удержанию молодых людей, выпускников университетов, которые способны не только сохранять, но и усилить научный, интеллектуальный потенциал города, становиться значимыми участниками экономического развития и т.д. Конечно, для более детального изучения роли городских сообществ в жизни города и их вклада в развитие города необходимо провести более глубокое исследование, изучив при этом социально-экономическую ситуацию города, выявить, какие еще существуют сообщества, каково отношение представителей

разных экспертных сторон к этому явлению и т.д. На данном этапе был сделан крайне важный задел – подтверждена актуальность изучения этой темы, выявлен интерес молодых людей и подтверждена гипотеза. Это дает основания для дальнейшего изучения темы городских сообществ, но уже более предметного, поскольку одна из главных функций такого рода объединений – активное участие в жизни города и его развитии.

Задания для самостоятельной и практической работы

Задание. Визуализация социальных проблем

1. Сделайте по 1-2 самостоятельных фотографии, которые бы символизировали следующие понятия: 1) Демократия, 2) социальная проблема, связанная с вашей темой (предполагаемой темой эссе по курсу Публичная сфера или предполагаемой темой курсовой и диссертации, 3) понятие (примеры понятий: социальный факт, власть, неравенство, структура, социальное действие, гендер, справедливость, социальный институт и так далее), тоже каким-либо образом связанное с вашей темой. Напишите по 2-3 фразы комментария к вашим снимкам.

2. Найдите опубликованные в газете, журнале или Интернете 1-2 фотографии (обязательно сохраняйте ссылки на источники размещения этих образов), на которых можно было бы "увидеть социальную проблему" (желательно связанную с вашей темой или понятиями из задания 1). Проанализируйте чужие снимки и объясните символизм ваших собственных фотографий, используя теоретические материалы из лекции и рекомендованной литературы. Напишите по 2-3 фразы комментария к найденным образам.

3. Прочитайте отрывок из книги Р. Барта "Camera Lucida" стр.2-35 и статью Барта "Фотографическое сообщение" из кн. "Система моды". Используйте идеи Барта в ваших интерпретациях.

Эти рекомендации в первую очередь касаются интерпретации образов, созданных профессионалом и напечатанных или показанных в СМИ. Обращайте внимание на источник (когда, где, кем этот образ был создан и опубликован), на вербальные компоненты образа (реклама, новости, подписи к фотографиям, любые иные лексические компоненты образа)

- Что изображено? Опишите в деталях объект (объекты), представленные на фото, плакате, рекламе или новостном ролике. Опишите графический дизайн, если он присутствует. Есть ли незаполненные (белые) фрагменты или все заполнено графическим и текстовым материалом? Что это значит? Какой цвет, какой шрифт используется? Как вы думаете, почему?
- Каковы функции объектов, включенных в образ: явные и латентные. Опишите людей, если они изображены: рассмотрите выражения лиц, цвет кожи, глаз и волос, длину волос и стиль прически, стиль одежды, комплекцию тела и так далее. Что это значит, подумайте. Что, если бы те или иные характеристики были альтернативными?
- Что происходит и на что указывает это "действие"?
- Если вы интересуетесь психоанализом, подумайте, представляет ли этот образ и как именно желание, знание, вину?
- Есть ли здесь какие-либо знаки и символы? Если да, какую роль они играют? Что этот образ означает в целом и что насчет его элементов - что они обозначают? Какое сообщение здесь заложено?
- Как используется язык? Какие высказываются аргументы, какие используются риторические формулы? Что это значит?
- Какова целевая аудитория этого сообщения? Кто его посылает? Чьи интересы тем самым обслуживаются? Что это сообщение предписывает своей аудитории? Если это реклама, какой продукт или услугу продвигают, какова целевая аудитория?
- Каковы гендерные, расовые/этнические, классовые и другие критерии социального класса можно усмотреть в этом образе? Какие сообщения связаны именно с этими измерениями социальных различий?
- Какие ценности и убеждения отражаются в этом сообщении?
- Нужна ли нам какая-то базовая информация, чтобы уловить сообщение? Что, если бы мы были пришельцами из других культур? Это сообщение является локальным или глобальным?

Задание для контрольной работы

Метод наблюдения

1. Сущность метода наблюдения

Наблюдение представляет собой общенаучный метод, широко используемый в естествознании, а также в обыденной жизни.

Наблюдение в социологии - это метод целенаправленного, определенным образом фиксируемого восприятия исследуемого объекта. В процессе его осуществления социолог непосредственно воспринимает действия людей в конкретных условиях и в реальном времени, причем он фиксирует не только состояние, но и развитие явлений и процессов, а также взаимодействие всех участников наблюдения.

Для того чтобы провести наблюдение, необходимо:

1. Разработать программу наблюдения, в которой наметить задачи и гипотезы, которые будут решаться и обосновываться данными наблюдения.

2. В программе наблюдения определить:

- *объект наблюдения* (весь коллектив предприятия, отдельная группа его, лидеры забастовочного движения или что-то другое);
- *предмет наблюдения*, т.е. совокупность интересующих наблюдателя свойств (признаков) объекта (факторов его поведения);
- *категории наблюдения*, т.е. конкретные признаки из вышеназванной совокупности, которые одновременно отвечают следующим требованиям: они особенно значимы для решения определенных в общей программе исследования задач и гипотез, выражают те операционалистские понятия, которые определены в программе и имеют количественный характер, т.е. могут быть измерены;
- *наблюдаемые ситуации*, т.е. те, при которых могут проявиться категории наблюдения;
- *условия наблюдения*, т.е. те требования к ситуации, при наличии которых наблюдение производить можно (или нельзя);
- *единицы наблюдения*, то есть, те акты поведения наблюдаемых, в которых проявляются категории наблюдения в оговоренных ситуациях при определенных условиях.

3. подготовить инструментарий наблюдения:

- дневник наблюдения, где будут фиксироваться его результаты в закодированной или общепонятной форме, а также действия наблюдателя и реакции наблюдаемых;
- карточки для регистрации единиц наблюдения в строго формализованном и закодированном виде (этих карточек должно быть ровно столько, сколько единиц наблюдения);
- протокол наблюдения – методический документ, обобщающий данные всех карточек и содержащий, как минимум, три оценочных показателя;
- классификатор контент-анализа дневниковых и протокольных записей;
- аудиовизуальные технические средства фиксации единиц наблюдения;
- программу обработки данных наблюдения.

4. пропилотировать (апробировать) инструментарий, внести в него, если это потребуются, должные коррективы, размножить его в необходимом количестве экземпляров.

5. составить план и/или сетевой график выполнения наблюдения (кто, где, когда его проводит).

6. разработать инструкцию наблюдателям, провести их обучение и инструктаж.

7. осуществить комплекс операций непосредственного наблюдения в полном соответствии с вышеозначенными требованиями и рекомендациями, которые последуют ниже.

Наблюдение должно быть подчинено ясной исследовательской цели и четко сформулированным задачам; и планироваться по заранее обдуманной процедуре.

Рекомендуется выбрать для наблюдения какое-то из уникальных и быстротечных явлений общественной жизни, либо какой-то отдельный локальный объект. Наблюдение может осуществляться двумя наблюдателями, отчеты о проведенных наблюдениях будут заслушиваться на семинарских занятиях.

Рекомендуемая литература:

1. Андрущенко В. П., Волович В. И., Головченко Г. Т., Горлач Н. И., Заздравнова О. И. и др. Социология. Учебное пособие для студентов ВУЗов. – Харьков, 1996.
2. Гречихин В.Г. Лекции по методике технике социологических исследований: Учебное пособие. М.: МГУ, 1998.
3. Дружинин Н.К. Выборочное наблюдение и эксперимент. М.: Статистика, 1977.
4. Здравомыслов А.Г. Методология и процедура социологического исследования. М.: Мысль, 1969.
5. Осипов Г. В. Социология. Основы общей теории: Учебн. для ВУЗов. – М.: Изд- во НОРМА, 2002.
6. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 2000.
7. Как провести социологическое исследование. М., 1990
8. Методы сбора информации в социологических исследованиях. –М.: Наука, 1994.
9. Рабочая книга социолога. М.: Мысль, 1983.

Задания для самостоятельной и практической работы

1. Прочитайте и законспектируйте первую главу «Визуальность мира и визуальное воображение» учебника «Визуальная социология», автор П. Штомпка, с.5-18. Составьте глоссарий из терминов.
2. Сфотографируйте свою комнату. Выберите три вещи, наиболее важные для Вас. Почему Вы выбрали именно эти вещи? Что они значат для Вас? Дайте ответы на эти вопросы с точки зрения социологии, то есть опишите выбранные предметы как социально значимые для Вас. Например, фотографии близких людей стоят на столе, потому что этим декларируется социальная значимость этих людей в Вашей жизни.
3. Сделайте фотографии молодежи (можно студентов ИСН) и опишите существующие среди них субкультуры. Какие признаки свидетельствуют о существовании отдельной субкультуры? Что можно отнести к контркультуре?
Сфотографируйте памятники Иркутска. Каким людям или памятным датам они посвящены? Какие художественные приемы используются? На какие социальные группы они в первую очередь направлены?(выполнить 1 задание на выбор).
4. Выделите основные социальные зоны города и подкрепите свои выводы фотографиями. Как меняется город и почему? Какими факторами определяется социальное зонирование Иркутска?
5. Сделайте снимки, которые бы описывали влияние социальных институтов на повседневную жизнь, проанализировать их в терминах теории социальных институтов (правила, санкции, символика и т.д.). Например, армия как социальный институт и ее влияние на людей.
6. Работа с фотографом на улице. Сделайте серию портретов людей разного возраста и пола в городском пейзаже. Какими чертами характеризуется их социальное взаимодействие?
7. Принесите снимки, характеризующие процессы макро и микро глобализации. Проанализируйте их.
8. Выберите несколько фотографий из своего семейного альбома, представляющие типичную ситуацию – день рождения, застолье, групповое семейное фото и т.п. постарайтесь выбрать фотографии, представляющие несколько поколений вашей семьи. Сделайте фото

тех же членов семьи в таких же типичных обстановках. Сравните, что изменилось – во внешнем виде, в окружающей обстановке, в позах, выражениях лиц и т.д. что осталось неизменным? Какие общие выводы для всего общества можно сделать из этих снимков? Что делает семью группой? Что делает круг друзей группой? Какие общие черты можно найти на фотографиях одной и той же группы в разных ситуациях в разное время?

9. Проанализируйте рекламу современных журналов. Какие невербальные методы передачи информации являются стереотипными для рекламы, направленной на мужскую и на женскую целевые аудитории? Существуют ли национальные гендерные стереотипы?

3.3 Темы эссе по визуальной социологии

- Кодирование окружающей среды: социологическое прочтение мира повседневных вещей
- Визуальный анализ трансформации образа матери и ребенка
- Кодовая система субкультур
- Стили поведения жителей столицы и приезжих
- Современное студенчество: доска объявлений для студентов
- Фоторепортаж в печатных СМИ
- Картографическое исследование города
- Семейные фотографии как социологическое отображение социального времени
- Социологический анализ памятников Иркутска
- Граффити городской среды: классификация по районам
- Гендерные особенности поведения в торговых центрах
- Социальные роли в группе друзей
- Реклама как отражение гендерных стереотипов в гляцевых журналах
- Невербальные способы гендерной идентификации

Литература

Основная литература

1. Барт Р. Camera lucida. Комментарий к фотографии. М.: Ad Marginem, 1997.
2. Барт Р. Фотографическое сообщение. // Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М., Издательство им. Сабашниковых, 2003.
3. Бодриар Ж. Фотография или письмо света / Пер. А. Меликяна. из L'Echange Impossible. Paris: Galilee, 1999. <http://dironweb.com/klinamen/dunaev1.html>

Дополнительная литература

1. Круткин В., Романов П., Ярская-Смирнова Е. Интеллектуальное поле визуальной антропологии // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007 С.7-18
2. Романов П., Ярская-Смирнова Е. Ландшафты памяти: опыт прочтения фотоальбомов // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007. С.146-168
3. Banks M/ Visual research methods http://www.soc.surrey.ac.uk/nigel_gilbert.htm.
4. Worth Sol. Studying Visual Communication, Philadelphia: University of Pennsylvania.// Press/ 1988/ <http://astro.temple.edu/~ruby/wava/worth/sintro.html>
5. Pink S. The Future of Visual Anthropology: Engaging the Senses. L., 2006
6. Pink S. Doing Visual Ethnography: Images, Media and Representation in Research. L., 2007.

7. *Visual Interventions: Applied Visual Anthropology* / S. Pink (ed.). Oxford, 2007.
8. Rose G. *Visual Methodologies*. L. 2001
9. Вайзер Дж. Техники фототерапии: использование интеракций с фотографиями для улучшения жизни людей // *Визуальная антропология: настройка оптики* / Под ред. Е. Ярской-Смирновой и П. Романова. М.: Вариант, ЦСПГИ, 2009
10. *Визуальная антропология: настройка оптики* / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова. М.: Вариант, ЦСПГИ, 2009. Введение.
11. *Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность* / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007. Вступительная статья
12. Д/ф «Рожденные в СССР», видео, фотографии, и т.д.

№ Карты	«Зеленая» среда	Создаваемая среда	Личностно – эмоциональная среда	Тип карты по признаку*	
				формальному	неформальному
				Абстрактные	Смешанные

Формальный признак

- ЛК - личные карты
- КК - каркасные карты
- КИС - культурно – исторические карты
- ДК - деловые карты
- СК 2 – смешанные карты

Неформальный признак

- КС - карты - схемы
- КЭ - карты – эскизы
- АК - абстрактные карты
- СК – смешанные карты



Рис.1 – Метальная карта абстрактного типа

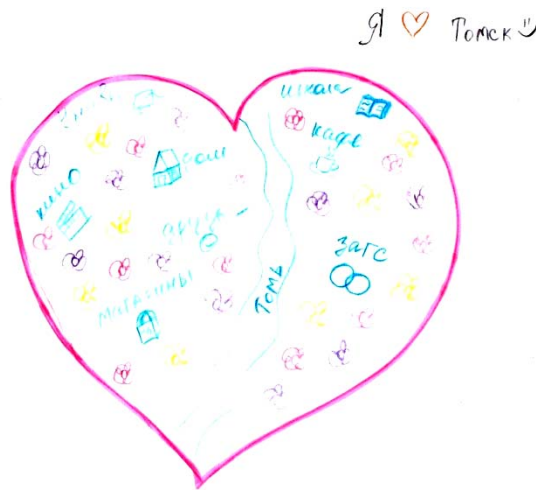


Рис. 2 – Ментальная карта абстрактного типа с личностным наполнением

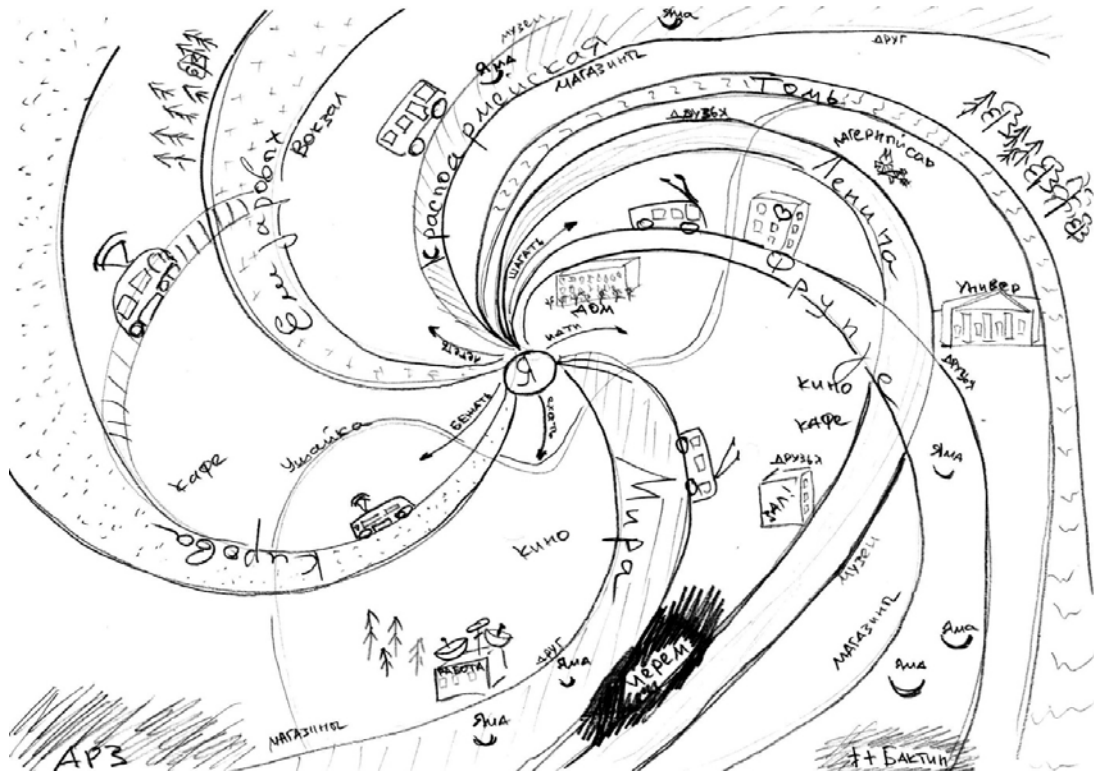


Рис. 6, Ментальная карта типа: карта - эскиз

Учебное издание
Орлова Вера Вениаминовна

**ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ВИЗУАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ
В ИЗУЧЕНИИ ПРОБЛЕМ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА**

Учебно-методическое пособие

Подписано в печать 20.03.15. Формат 60x84/16.
Усл. печ. л. 5,35. Тираж 100 экз.
Томский государственный университет систем управления
и радиоэлектроники
634050, г. Томск, пр. Ленина, 40. Тел. (3822) 53-30-18.